ISSN 2086-4558
Edisi 4 Volume 1 | 15 April '10

Peluang, Strategi dan Syariah

Soto Kampung

Solo - Jakarta - Surabaya - Medan

Harga: Rp. 20.000 (Jawa)/ 25.000 (Luar Jawa)

PAHALA DAN LABA WARALABA

SYARIKAT DAGANG DALAM SYARIAT ISLAM

BEKAL KEIMANAN PENGUSAHA MUSLIM

KULINER JAMUR YANG MENGGIURKAN

9 772086 455852

DARI REDAKSI

HALAL HARAM DALAM DUNIA MUAMALAH

Majelis Tarjih dan Tajdid PP Muhammadiyah baru saja mengeluarkan fatwa terbaru: menghisap rokok adalah haram. Berbagai komentar pun bermunculan. Ada yang pro tentu ada juga yang kontra. Yang pro merasa sepakat karena merokok, selain merusak kesehatan pribadi, mengganggu kesehatan lingkungan dan orang lain yang ada di sekitarnya. Ini yang mereka sebut sebagai kezhaliman kepada pribadi dan orang lain juga lingkungan hidup. Pihak yang kontra bukan karena bingung melihat fenomena 'ahli hisab' mengharamkan 'ahli hisap'—dua istilah berbeda yang sering dipelesetkan karena Muhammadiyah begitu *keukeuh* memegangi metode hisab dalam menentukan bulan baru—tetapi mempertanyakan dasar hukum pengharaman. Ungkapan ekstrim mereka, 'Kan tidak ada nash (teks hukum) yang secara tegas melarang rokok!?'

Islam memang agama yang sempurna, sebagaimana sempurnanya al-Quran dan al-Hadits yang menjadi dua dasar utama. Karena itu tentu saja Islam pun mengatur hal yang kecil-kecil. Tentunya hal ini harus digali oleh para pakar hukum syariat untuk melakukan istimbath hukum yang 'baru'. Aturan umumnya adalah dalam firman Allah ﷻ,

"...maka bertanyalah kepada orang yang mempunyai pengetahuan jika kamu tidak mengetahui." (An-Nahl: 43)

Bertanyalah kepada 'ahli dzikr' yakni orang yang mempunyai pengetahuan. Bertanya alasan boleh tidaknya merokok tentu bukan kepada bakul rokok, produsen rokok, atau pemilik stasiun televisi—yang sangat berharap mendapat cipratan rupiah dari iklan rokok—atau perokok sekalipun. Tentu mereka tidak netral dan tidak tahu. Akan berbeda jawabannya jika ditanyakan kepada LSM penggiat lingkungan & kesehatan, para pakar kesehatan, ataupun para ulama.

Begitu pula ketika MP mencoba untuk mengangkat tema waralaba—sebuah tren bisnis yang tengah menggejala. Salah satu pertimbangannya adalah boleh tidak—bukan sekadar layak tidak secara ekonomis—metode bisnis ini dijalankan oleh pengusaha muslim, meski, ada kaidah fikih yang umum dipegangi para ahli fikih, 'Menurut ketentuan asal bahwa segala sesuatu itu dibolehkan selagi belum ada dalil yang mengharamkannya.' (Imam Suyuthi, *Al-Asybah Wa al-Nazha-ir*, I/33) Di mana bisnis jual beli adalah bagian dari kajian bidang muamalah. Toh, tetap ada kaidah-kaidah bisnis yang semestinya diperhatikan agar sebuah usaha yang dijalankan menuai berkah.

Demikian pula waralaba—bahasa kerennya franchise—apakah melanggar kaidah syariat atau tidak. Untuk itu PM menanyakan kepada ahlinya. Para ustadz yang berkecimpung di dunia fikih buat mendalami hukum-hukum pokok maupun turunannya. Memang waralaba dipercaya sebagai jalan pintas untuk berwirausaha, bay pass. Sangat mungkin by pass dalam mereguk laba. Wah, bisa jadi cepat kaya lewat bisnis waralaba. Kajian PM kali ini diharapkan memantapkan para pengusaha dalam menapaki jalan bisnis lewat waralaba. Baik sebagai pewaralaba (franchisor) maupun sebagai terwaralaba (franchisee). Di sinilah PM menyajikan hasil kajian fikih syariat dari pihak yang memahami dasar sistem nilai syariat. Hal ini sebagai filter moral bisnis yang bertujuan untuk menghindari berbagai penyimpangan bisnis (moral hazard), yaitu Maysir (spekulasi judi), Asusila, Gharar (penipuan/ketidakjelasan), Haram, Riba, Ikhtikar (penimbunan/monopoli), dan Dharar (berbahaya).

Di rubrik lain masih terserak berbagai kajian yang akan menambah wawasan guna menumbuhkan kesadaran hukum syariat, kesadaran akan tauhid yang murni, juga kesadaran akan perlunya akhlak yang islami dalam menjalankan berbagai bentuk bisnis barang dan jasa yang halal. Selalu, masukan, kritikan, dan saran dari pembaca selalu kami nantikan. Betapa bahagia hati kami jika PM semakin dewasa dan berarti bersama asuhan para pembaca.

Komisaris
Fadil Fuad Basymeleh

Pemimpin Umum
Eko Pramono

Redaktur Pelaksana
Herbayu Ragil Kanugrahan

Staf Ahli Syariah
Ust. Muhammad Arifin Badri, M.A.
Ust. Khalid Syamhudi, Lc
Ust. Muhammad Wasitho, Lc

Staf Redaksi
Ilham Choirul Anwar

Desain & Layout Isi
Maseko & Anjas Susanto

Administrasi/Iklan
Haris Wahyu Jatmiko

Alamat Redaksi
Jl. Prenjak no 13 Sukoharjo, Solo

Kontak
Iklan: 081 2260 52340
Sirkulasi: (0271) 2195330
Redaksi: 081548632342

Email
redaksi@majalah.pengusahamuslim.com
iklan@majalah.pengusahamuslim.com

Rekening
BCA 015 209 1271
BSM 0737 01 6523
a.n. Haris Wahyu Jatmiko
Bank Muammalah
918 4420 199
a.n. Tofan Rinaldi

Penerbit
Yayasan Bina Pengusaha Muslim
Jakarta

PENGUSAHA MUSLIM

daftar isi

Seorang pengusaha muslim, tentunya mengutamakan kehalalan dalam mengais rezeki. Karena ia memandang materi dunia hanya sebagai sarana dalam pengabdian diri kepada Allah semata. Ia bukanlah tujuan akhir dalam pencapaian misinya.

Kosakata Bahasa Arab-Indonesia

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Sebagai pembaca yang terus mencoba mengakrabi majalah ini, saya ingin memberi saran. Yakni, bagaimana kalau disetiap edisi Majalah Pengusaha Muslim memuat 20-30 kosakata Bahasa Arab-Indonesia. Khususnya kosakata yang berhubungan dengan dunia bisnis. Demikian saran saya, atas perhatiannya kami mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Hamba Allah
081 270 108 XXX

Wa'alaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh.

Terima kasih atas saran Anda. *Insyaallah* akan kami pertimbangkan-*red*

Fatwa Haram Rokok

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Berita mengenai hukum merokok adalah haram sedang santer diperbincangkan. Menarik mencermati berita ini. Sebab, banyak hal yang bisa dikaji bersama guna menemukan satu titik temu di antara serentetan masalah yang mengikuti dari pengharaman rokok. Misal, soal nasib jutaan buruh pabrik rokok yang terancam menganggur. Sementara, disaat yang sama pemerintah belum mampu menyediakan lapangan kerja sebagai pengganti. Seiring dengan itu, jumlah perokok terus naik. Bahkan, rokok telah menembus batas usia. Tak sedikit siswa Sekolah Dasar telah mencicipi barang berbahan dasar tembakau tersebut. Konon, berawal dari merokok-lah penyimpangan sosial berlanjut. Semisal, penggunaan narkoba.

Nah, sederetan masalah yang menghadang ini perlu difikirkan bersama. Menimbang dengan tepat atas dasar manfaat dan mudharat yang diakibatkan.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Suyati
Solo-Jateng

Kertas majalah PM

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Ada sedikit ganjalan yang saya rasakan ketika membaca majalah Pengusaha Muslim (PM). Yakni, kertas dengan permukaan yang mengkilat ternyata sangat menganggu bagi kami pembaca yang memiliki gangguan penglihatan (silinder). Kalau boleh mengajukan saran , bagaimana jika diganti kertas biasa. Selain harga lebih murah juga merakyat. Demikian saran dari saya. Terima kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Ummu Fathiya
Tasikmalaya
081 323 145 XXX

Wa'alaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh.

Terima kasih atas saran Anda-*red*

Fatwa Ulama Kibar

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Semoga Allah meridhai usaha tim Pengusaha Muslim. Pada kesempatan yang baik ini izinkan saya menyampaikan saran. Bagaimana kalau untuk Rubrik Konsultasi Syariat disertakan fatwa ulama kibar. Demikian saran dari saya. Terima kasih. *Jazakumullahu khairan.*

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Abu Auf
Bekasi
081 806 762 XXX

Wa'alaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh.

Terima kasih atas saran Anda. Saran Anda akan kami pertimbangkan-*red*

Bukan Jual Beli Gharar

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Sebagai pembaca majalah ini, izinkan saya menyampaikan saran. Yakni, tolong dijelaskan majalah Pengusaha Muslim, bahwa toko online tidak termasuk jual beli gharar karena menjual barang orang lain.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Hamba Allah
0819 179 67 XXX

Wa'alaikumsalam warahmatullahi wabarakatuh.

Terima kasih atas saran Anda-*red*

VICOMAS INTERNASIONAL mengucapkan TERIMA KASIH atas Kedatangan & Partisipasi dalam acara SILATURRAHIM AGEN-AGEN VICOMAS INTERNASIONAL pada tanggal 26 Januari 2010. Mudah-mudahan terjalin kerjasama lebih baik dan memberi keberkahan serta manfaat untuk para konsumen.

Onix

(Khusus Pria Dewasa)

POM TR073 367 971

KEHARMONISAN PASANGAN SUAMI ISTRI ADALAH YANG UTAMA dan PERTAMA

Problem Disfungsi seperti seksual merupakan penyakit yang sering diabaikan PASUTRI padahal masalah **disfungsi** seperti lemah syahwat, ejakulasi dini, gagal ereksi menyebabkan ketidakharmonisan rumah tangga, efeknya berpengaruh besar pada produktifitas kerja.

Masalah itu bisa dibantu dengan mengkonsumsi Onix. Keinginan yang cerdas dan tepat menjaga stabilitas **hubungan INTIM untuk PASUTRI .**

KONSUMSI ONIX

Agar gairah lebih Mantap , Menambah hormon , Mencegah ejakulasi dini , Mengatasi lemah syahwat , Meningkatkan daya tahan tubuh agar vitalitas seksual (libido) tetap prima.

OBAHAMA

(Obat Herbal Manjur)

POM TR. 073 367 981

ASAM URAT, REUMATIK : OBAHAMA SOLUSINYA !!!!!

Pada usia lebih 40 tahun atau kurang daya tahan tubuh kita sedikit demi sedikit mulai menurun, gangguan penyakitpun tidak kita sadari terus berdatangan apalagi keluhan terhadap ASAM URAT, REUMATIK sering dijumpai.

Yakinlah bahwa semua penyakit yang ada, Insya Allah pasti ada obatnya.

Syukur Alhamdulillah keluhan ASAM URAT, REUMATIK sekarang sudah ada solusinya.

Konsumsi secara teratur OBAHAMA.

OBAHAMA adalah racikan ekstrak herbal terstandar, 100 % herbal alami tanpa bahan kimia menjadikan **OBAHAMA** lebih mudah diserap oleh tubuh dan lebih terasa khasiatnya dalam proses penyembuhan penyakit.

MANFAAT OBAHAMA:

Membantu mengurangi kadar ASAM URAT yang tinggi dalam darah dan rasa nyeri pada persendian.

Membantu mengobati keluhan REUMATIK.

Meningkatkan daya tahan tubuh / Immunitas dan memperbaiki sirkulasi darah dalam tubuh.

Super Spirulina

POM TR 083 329 131

Produk Anti Toksin Terunggul dan Terbaik dikelasnya dan Penuhi Nutrisi Tubuh Untuk Meningkatkan Daya Tahan Tubuh

KEUNGGULAN Super Spirulina

Mudah dicerna dan diserap tubuh, Raja Makanan Bergizi, Sumber protein superior di dunia, Direkomendasikan oleh lebih 200 dokter di dunia, Kaya Antioksidan, Kaya phytonutrient, meningkatkan daya tahan tubuh, mencegah kanker dan radikal bebas, Memiliki sifat Neutraceutical : meningkatkan kesehatan, mencegah kanker dan anti radiasi, Kaya Enzyme S.O.D.: Super Oxyde Dismutase yang mempunyai aktifitas jauh lebih kuat dari antioksidan pencegah kanker yang kuat dengan cara mencegah terjadinya mutasi genetic secara aktif pada tubuh.

KHASIAT Super Spirulina:

1. Membersihkan Toksin. Toksin bersifat racun bagi tubuh. Bila terakumulasi dalam tubuh dapat menyebabkan berbagai penyakit degenerative antara lain diabetes, asma, jantung koroner, gangguan liver, ginjal hingga kanker.
2. Memenuhi nutrisi tubuh. Untuk memulihkan diri dari penyakit diperlukan nutrisi yang cukup.

Alhamdulillah....

Terobosan baru "SARI KURMA" Karomah extra Kurma Ajwa Unggul dan Terbaik dikelasnya!

Buah kurma adalah makanan yang sangat baik, sejak zaman para Nabi. "Siapa pun yang pagi-pagi makan tujuh buah kurma 'Ajwah', maka pada hari itu dia tidak mudah keracunan dan terserang penyakit."
(H.R. Bukhari dan Muslim)

Manfaat :

1. Meningkatkan HB dan Trombosit dalam Darah (Cocok untuk Penyembuhan DBD dan Typus)
2. Anemia (kekurangan Zat Besi)
3. Membantu mengatasi Wasir
4. Meningkatkan ketahanan selama berpuasa
5. Melancarkan Pencernaan, mencegah dan mengobati radang usus dan sakit maag.
6. Membantu mengatasi tidur untuk penderita Insomnia
7. Makanan terbaik untuk Ibu Hamil & Menyusui
8. Membantu pertumbuhan tulang
9. Dipercaya untuk menyehatkan kulit
10. Cocok untuk diet, dll.

Oleh: *Muhammad Abduh Tuasikal, S.T.*

DI SAAT IMPIAN BELUM TERWUJUD

Setiap orang pasti memiliki impian dan cita-cita. Berbagai usaha pun dikerahkan untuk mencapai impian tersebut. Namun, kadang usaha untuk menggapai impian kandas di tengah jalan dikarenakan berbagai rintangan dari dalam maupun dari luar. Tentu saja impian yang kami maksudkan di sini adalah impian yang logis yang bisa dicapai dan bukan hanya khayalan di negeri antah berantah. Di saat impian tadi belum terwujud, bagaimanakah cara untuk menggapainya?

Belajar dari Kisah Istri Ibrahim 'alaihis salam

Suatu pelajaran yang patut dicontoh adalah kisah Nabi Ibrahim *'alaihis salam* bersama istrinya, Sarah. Lihatlah impiannya untuk memiliki anak sekian lama, akhirnya bisa terwujud. Padahal ada tiga sebab yang menjadi penghalang ketika itu. Sarah sudah sangat tua, Ibrahim pun demikian dan Sarah adalah wanita yang mandul. Ada ulama yang berpendapat, bahwa ketika anaknya Ishaq itu lahir, Sarah berusia 90-an tahun dan Ibrahim berusia 100-an tahun. Namun, di usia sudah sangat senja seperti itu, Allah Ta'ala memudahkan mereka memiliki anak, yaitu Ishak yang akan menjadi seorang Nabi. Mengenai kisah Ibrahim dan Sarah, kita dapat melihat dalam dua surat.

Dalam kisah mereka, Allah ﷻ menceritakan kedatangan tamu (para malaikat). Ia pun dan istrinya menjamu mereka dengan sangat baiknya dan malaikat tersebut membawa kabar gembira pada Ibrahim dan Sarah atas kelahiran Ishaq (yang artinya): *"(Tetapi mereka tidak mau makan), karena itu Ibrahim merasa takut terhadap mereka. Mereka berkata, "Janganlah kamu takut", dan mereka memberi kabar gembira kepadanya dengan (kelahiran) seorang anak yang alim (Ishak). Kemudian istrinya datang memekik lalu menepuk mukanya sendiri seraya berkata, "(Aku adalah) seorang perempuan tua yang mandul." Mereka berkata, "Demikianlah Tuhanmu memfirmankan" Sesungguhnya Dialah yang Maha Bijaksana lagi Maha Mengetahui."* (QS. Adz Dzariyat: 24-30). Dalam surat Hud, Allah *Ta'ala* menceritakan (yang artinya), *"Dan istrinya berdiri (di balik tirai) lalu dia tersenyum, maka Kami sampaikan kepadanya berita gembira tentang (kelahiran) Ishak dan dari Ishak (akan lahir puteranya) Ya'qub. Istrinya berkata, "Sungguh mengherankan, apakah aku akan melahirkan anak padahal aku adalah seorang perempuan tua, dan ini suamiku pun dalam keadaan yang sudah tua pula? Sesungguhnya ini benar-benar suatu yang sangat aneh, "* (QS. Huud: 71-72)

Lihatlah bagaimana impian Sarah dan Ibrahim untuk memiliki anak baru terwujud setelah mereka berada di usia sangat-sangat tua. Ketika menyebutkan kisah ini, Allah Ta'ala pun mengatakan di akhir kisah, bahwa Allah itu Al-'Alim (Maha Mengilmui) dan Al-Hakim (Maha Bijaksana). Artinya, Allah *Ta'ala* memiliki ilmu yang sempurna. Sedangkan, Allah itu Al-Hakim menunjukkan bahwa Allah memiliki kehendak, keadilan, rahmat, ihsan, dan kebaikan yang sempurna. Di samping itu, Allah Ta'ala pun betul-betul menempatkan sesuatu pada tempatnya. Inilah pelajaran di balik nama Allah Al-Alim dan Al-Hakim. Suatu yang mustahil dapat terjadi jika Allah menghendaki. Suatu impian yang sulit terwujud dapat digapai dengan kekuasaan Allah. Allah *Ta'ala* berfirman (yang artinya):

"Dan Allah berkuasa terhadap urusan-Nya, tetapi kebanyakan manusia tiada mengetahuinya." (QS. Yusuf: 21). Maha Mulia Allah ﷻ dengan segala sifat-sifatnya yang maha sempurna.

Pahamilah Takdir Ilahi

Ketahuilah setiap yang terjadi di muka bumi ini sudah tercatat di Lauhul Mahfuzh sejak 50.000 tahun yang lalu sebelum penciptaan langit dan bumi. Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda,

"Allah telah mencatat takdir setiap makhluk sebelum 50.000 tahun sebelum penciptaan langit dan bumi." (HR. Muslim No. 2653, dari 'Abdullah bin 'Amr bin Al 'Ash ﷺ)

Yang Allah takdirkan pun tidak sia-sia. Pasti ada hikmah di balik itu semua. Allah ﷻ berfirman (yang artinya),

"Maka apakah kamu mengira, bahwa sesungguhnya Kami menciptakan kamu secara main-main (saja), dan bahwa kamu tidak akan dikembalikan kepada Kami? Maka Maha Tinggi Allah, Raja Yang Sebenarnya; tidak ada Tuhan selain Dia, Tuhan (Yang mempunyai) 'Arsy yang mulia." (QS. Al-Mukminun: 115-116).

Oleh karena itu, jika impian itu belum terwujud, maka perlu kita pahami bahwa itulah ketentuan Allah ﷻ. Allah menjanjikan hikmah di balik itu semua karena sifat hikmah yang sempurna yang Dia miliki.

Tawakal dan Berusaha Semaksimal Mungkin

Kita harus punya sifat optimis dengan selalu bertawakal (menyandarkan hati pada Allah) dan tetap berusaha untuk menggapai impian yang kita cita-citakan. Ingatlah bahwa siapa saja yang bertakwa dan bertawakal pada Allah Ta'ala dengan sebenar-benarnya, maka pasti Allah Ta'ala akan memberikan ia jalan keluar dan akan memberikan ia selalu kecukupan.

Allah ﷻ berfirman (yang artinya), "Barangsiapa bertakwa kepada Allah niscaya Dia akan mengadakan baginya jalan keluar, dan memberinya rezeki dari arah yang tiada disangka-sangkanya. dan Barangsiapa yang bertawakal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya." (QS. Ath-Thalaq: 2-3)

Tawakal pun harus diiringi usaha yang maksimal. Sebagaimana sabda Nabi ﷺ:

"Seandainya kalian betul-betul bertawakal pada Allah, sungguh Allah akan memberikan kalian rezeki sebagaimana burung mendapatkan rezeki. Burung tersebut pergi pada pagi hari dalam keadaan lapar dan kembali sore harinya dalam keadaan kenyang." (HR. Ahmad, Tirmidzi, Ibnu Majah dan Ibnu Hibban dari Umar bin Al-Khattab ؓ; derajat hasan). Lihatlah bagaimana seekor burung saja mewujudkan impiannya dengan mencari rezeki, dengan berusaha semaksimal mungkin. Bagaimanakah lagi kita selaku insan yang diberi anugerah akal oleh Sang Khaliq?

Teruslah Memohon pada Allah

Untuk mewujudkan impian, janganlah lupakan Allah. Kadang kita lalai dan hanya bergantung pada diri kita sendiri yang lemah dan tidak memiliki kemampuan apa-apa. Maka, perbanyaklah doa. Karena setiap doa pastilah bermanfaat. Allah Ta'ala berfirman (yang artinya):

"Berdoalah kepada-Ku, niscaya akan Kuperkenankan bagimu." (QS. Al-Mukmin: 60)

Jika ada yang bertanya, "Aku sudah seringkali berdoa, namun mengapa impianku belum tercapai juga?" Kami bisa memberi jawaban sebagai berikut:

Pertama, doa boleh jadi terkabul, namun kita saja yang tidak mengetahui bentuk terkabulnya. Terkabulnya doa bisa jadi dengan dipalingkan dari kejelekan dari doa yang kita minta. Dan boleh jadi Allah simpan terkabulnya doa tadi di akhirat kelak. Sebagaimana Nabi ﷺ bersabda,

"Tidaklah seorang muslim memanjatkan doa pada Allah selama tidak mengandung dosa dan memutuskan silaturahmi (antar kerabat, pen) melainkan Allah akan beri padanya tiga hal: [1] Allah akan segera mengabulkan doanya, [2] Allah akan menyimpannya baginya di akhirat kelak, dan [3] Allah akan menghindarkan darinya kejelekan yang semisal." Para sahabat lantas mengatakan, "Kalau begitu kami akan memperbanyak berdoa." Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam lantas berkata, "Allah nanti yang memperbanyak mengabulkan doa-doa kalian ." (HR. Ahmad, dari Abu Sa'id; derajat hasan)

Kedua, terkabulnya doa boleh jadi diakhirkan agar seseorang tetap giat dan bersemangat dalam berdoa. Ketika ia giat berdoa, maka ia pun akan mendapatkan ketinggian derajat di akhirat kelak. Cobalah kita perhatikan apa yang terjadi pada para Nabi *'alaihimush sholaatu wa salaam*. Mereka terus saja berdoa dan memperbanyak doa, namun terkabulnya doa mereka diakhirkan agar mereka tetap semangat dalam berdoa. Di antara contohnya adalah Nabi Ayyub ﷺ yang diberi cobaan penyakit selama 18 tahun, sehingga ia pun dijauhi kerabat dan yang lainnya. Namun, ia tetap terus berdoa dan berdoa. Akhirnya, doanya pun dikabulkan.

Ketiga, boleh jadi doa tersebut sulit terkabul karena beberapa faktor penghalang. Di antara faktor penghalang adalah seseorang mengangkat tangan ke langit, namun ia sering mengkonsumsi makanan, minuman dan menggunakan pakaian yang haram atau diperoleh dari hasil yang haram. Inilah yang membuat doa seseorang sulit terkabul. Oleh karena itu, sudah sepantasnya kita rajin mengintrospeksi diri, siapa tahu doa kita tidak kunjung terkabul karena sebab mengkonsumsi yang haram.

Maka, teruslah berusaha, memohon pada Allah, dan janganlah putus asa. Rasulullah ﷺ bersabda,

"Bersemangatlah atas hal-hal yang bermanfaat bagimu. Minta tolonglah pada Allah, jangan engkau lemah." (HR. Muslim no. 2664, dari Abu Hurairah ؓ)

Jadikanlah impian kita semata-mata untuk tujuan akhirat dan bukan dunia semata. Jika ingin meraih kekayaan, jadikanlah ia sebagai amal shalih untuk tujuan akhirat. Nabi ﷺ bersabda,

"Barangsiapa yang niatnya adalah untuk menggapai akhirat, maka Allah akan memberikan kecukupan dalam hatinya, Dia akan menyatukan keinginannya yang tercerai berai, dunia pun akan dia peroleh dan tunduk hina padanya. Barangsiapa yang niatnya adalah untuk menggapai dunia, maka Allah akan menjadikan dia tidak pernah merasa cukup, akan mencerai beraikan keinginannya, dunia pun tidak dia peroleh kecuali yang telah ditetapkan baginya." (HR. Tirmidzi no. 2465, shahih)

Ketika impian tercapai, maka perbanyaklah syukur pada Allah dengan selalu taat dan menjauhi larangan-larangan-Nya. Lihatlah bagaimana doa Ibrahim ketika di usia senja ia masih diberi keturunan (yang artinya):

"Segala puji bagi Allah yang telah menganugerahkan kepadaku di hari tua (ku) Ismail dan Ishaq. Sesungguhnya Tuhanku, benar-benar Maha Mendengar (memperkenankan) doa. " (QS. Ibrahim: 39).

MEREGUK LABA DARI BISNIS WARALABA

Waralaba menjamur! Keberadaannya ibarat spora yang berterbangan dan menancapkan akarnya di berbagai kota. Tidak hanya kota, wilayah yang masih terbilang satu tingkat di bawah kota pun tak luput dari sergapan waralaba. Selain praktis dalam mempersiapkan ini itu dalam memulai bisnis, waralaba dipercaya lebih cepat untuk mendatangkan keuntungan. Alhasil, balik modal bisa diprediksikan lebih akurat.

Kata “waralaba” merupakan terjemah bebas dari kata “franchise." Waralaba berasal dari dua kata (*wara*= lebih, *laba*= untung). Jadi, waralaba berarti “lebih untung." Sedangkan, kata *“franchise”* diyakini berasal dari bahasa Eropa –Perancis dan Inggris—yang bermakna kebebasan. Di masa itu, bangsawan diberikan wewenang oleh raja untuk menjadi tuan tanah pada daerah-daerah tertentu. Di daerah tersebut, sang bangsawan dapat memanfaatkan tanah yang dikuasainya dengan imbalan pajak atau upeti yang dikembalikan kepada kerajaan. Sistem tersebut menyerupai royalti, seperti layaknya bentuk waralaba saat ini.

Waralaba di Indonesia berawal dari masuknya waralaba asing pada tahun 1980 hingga 1990-an. KFC, McDonalds, Burger King, Wendys adalah sebagian dari jejaring waralaba asing yang masuk ke Indonesia pada awal-awal berkembangnya *waralaba* di Indonesia.

Kini, tercatat ada sekitar 1.010 waralaba. Menurut data dari Departemen Perdagangan, omset 1.010 Waralaba tersebut mencapai Rp 81 triliun per tahun. Omset tersebut berasal dari waralaba asing sebesar Rp 38,8 triliun dengan 260 pewaralaba, dan waralaba lokal sebesar Rp 45,5 triliun dengan 750 pewaralaba. Pertumbuhan waralaba di Indonesia dari tahun ke tahun diprediksi bakal mengalami kenaikan lebih signifikan. Diperkirakan angka pertumbuhannya mencapai 10-15 persen per tahun.

Untuk mendampingi menjamurnya waralaba, beberapa asosiasi pun berdiri. Misalnya, APWINDO (Asosiasi Pengusaha Waralaba Indonesia), WALI (Waralaba & License Indonesia), AFI (Asosiasi Franchise Indonesia). Ada juga beberapa konsultan waralaba di Indonesia. Antara lain IFBM, The Bridge, Hans Consulting, FT Consulting, Ben WarG Consulting, JSI dan lain-lain. Asosiasi ini diharapkan mampu bersinergi dengan pemerintah dalam memberi ruang bagi perkembangan waralaba di Indonesia.

Karena sistem bisnis waralaba begitu menarik dan menguntungkan bagi pengusaha kecil atau pengusaha lokal, maka pemerintah memandang perlu mengatur bisnis tersebut. Untuk menciptakan tertib usaha dan memberikan perlindungan kepada konsumen, maka diterbitkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 16 Tahun 1997 tentang waralaba melalui Lembaran Negara Nomor 49 Tahun 1997, yang dalam perkembangannya telah dicabut dan diganti dengan PP Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

Terobosan bisnis waralaba ini mampu menyerap tenaga kerja antara 700 ribu hingga 1 juta orang. Jenis usaha waralaba yang paling diminati adalah makanan dan minuman, dengan mengambil porsi 50% dari total waralaba. Sementara itu, jasa pendidikan porsinya sekitar 20%.

Meskipun waralaba terlihat cukup menjanjikan tetapi investor tetap harus berhati-hati dan cermat melihat dan mengkalkulasi plus minus pola bisnis waralaba ini. Jangan sampai keinginan investor untuk menanamkan dananya untuk memperoleh keuntungan, berubah menjadi kerugian dan terjebak dalam kesulitan jangka panjang. Kecermatan membaca peluang, mengkalkulasi keuntungan, dan berdisiplin dalam kerja menjadi faktor utama bagi pebisnis dalam meraih sukses.

Salah satu acuan yang harus dipahami, menurut PP no. 10 Tentang Waralaba, suatu usaha layak untuk diwaralabakan yaitu: sudah memiliki sistem yang standar dan bisa diterapkan di mana pun, usaha sudah berjalan minimal satu tahun, sudah memiliki satu cabang yang sudah terbukti untung, dan *franchissor* memiliki motif untuk mengembangkan usahanya. Merujuk pada *International Franchise Association* (IFA), waralaba pada hakikatnya memiliki tiga elemen dasar yang terdiri dari merek, sistem bisnis, dan biaya *(fees)*. Tiga elemen dasar inilah yang mesti dikaji dan pelajari dengan baik dan teliti sebelum terjun ke waralaba.

Waralaba,sebagai model pengembangan kemitraan bisnis,memberikan peluang yang lapang kepada para pengusaha untuk mengembangkan usahanya. Keunggulan sistem waralaba adalah (1) merupakan salah satu *start up of new busines* yang sangat prospektif, (2) menguntungkan pembeli waralaba karena tidak memerlukan promosi dan biaya iklan produk, (3) mampu mengembangkan segmentasi pasar terbesar dengan menguasai jaringan pasar, (4) sarana bagi proses alih teknologi dan keterampilan, dan (5) menciptakan banyak kesempatan kerja.

Dalam fikih Islam ada dua hal yang menjadi penilaian pada konsep waralaba, yaitu pembelian Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) berupa merek dagang, penemuan dan ciri khas produk atau menejemen usaha sebagai hak paten yang dimiliki *franchisor* dan konsep kerjasama berkaitan dengan *syirkah uqud.*

HAKI merupakan benda maknawi yang memiliki nilai jual. Ulama menjelaskan beberapa hal yang berkenaan tentang hak maknawi ini –seperti pada karya ilmiah, penemuan hasil riset, dan sebagainya— merupakan hal yang boleh dijual. Dengan catatan, *franchisee* yang telah menerima lisensi harus mendapatkan pengarahan standardisasi mutu produk, agar konsumen tidak dirugikan karena mutu produk yang berbeda

Sedangkan, konsep kerjasama yang berkaitan dengan *syirkatul 'uqud* ini, berarti terjadi kerjasama antara dua orang atau lebih dalam usaha untuk mendapatkan hasil yang dapat dinikmati bersama. Dalam konsep waralaba memiliki konsep dari syirkah di mana *franchisee* mengeluarkan modal untuk operasional usahanya. Sedangkan, *franchisor* memberikan hak patennya berupa hasil dari penelitian dan suplai barang atau produk yang diwaralabakan. Maka, keadaan ini dapat dikategorikan *syirkatul 'inan* disebabkan keduanya mengeluarkan modal dan tenaga.

Meskipun waralaba diperbolehkan dengan alasan perkembangan syirkah, bisnis ini harus tetap mengikuti prinsip dasar transaksi dalam hukum Islam. Dan, barang yang dipergunakan untuk transaksi tidak boleh bertentangan dengan syara’, atau barang-barang/hewan yang diharamkan untuk diperjualbelikan dalam Islam. Jika Anda sudah memperoleh berbagai informasi tersebut secara objektif, tinggal mantapkan hati, Bismillah, dan tandatangani kontrak kerjasama dengan nyaman. Dan, Anda bisa menjadi terwaralaba dengan investasi yang aman. **(Ilham)**

POTENSI WARALABA SEMAKIN MENGGODA

Pesatnya perkembangan dunia usaha dan industri membawa dampak yang sangat besar dalam dinamika bisnis di negara ini. Kondisi perekonomian serta tuntutan menuju pasar bebas dunia menjadikan para pengusaha saling berlomba dalam mengembangkan usahanya. Terobosan demi terobosan dan bentuk kerjasama banyak dilakukan oleh pelaku usaha di berbagai sektor. Salah satu bentuk terobosan tersebut adalah kerjasama dagang dalam bentuk franchise atau waralaba

Dilihat dari aspek historisnya, kata *franchise* berawal dari Eropa --Perancis dan Inggris-- yang berarti kebebasan (freedom). Di masa itu, bangsawan diberikan wewenang oleh raja untuk menjadi tuan tanah untuk daerah-daerah tertentu. Pada daerah tersebut, sang bangsawan dapat memanfaatkan tanah yang dikuasainya dengan imbalan pajak atau upeti yang dikembalikan kepada kerajaan. Sistem tersebut menyerupai royalti, seperti layaknya bentuk *franchise* saat ini.

Sementara di Indonesia, kata "franchise" ditransalasikan sebagai "waralaba" (wara= lebih, laba= untung). Jadi, waralaba berarti "lebih untung". Menurut versi pemerintah Indonesia, waralaba adalah perikatan di mana salah satu pihak diberikan hak memanfaatkan dan atau menggunakan hak dari kekayaan intelektual (HAKI) atau pertemuan dari ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan jasa. Sementara, menurut *Asosiasi Franchise Indonesia* (AFI), waralaba ialah suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, di mana pemilik merek *(franchisor)* memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.

Sementara dalam kamus Dictionary of Bussiness Terms, sebagaimana dikutip oleh Munir Fuady, disebutkan bahwa waralaba mempunyai banyak arti, antara lain: waralaba adalah suatu izin yang diberikan oleh sebuah perusahaan *(franchisor)* kepada seseorang atau kepada suatu perusahaan *(franchisee)* untuk mengoperasikan suatu outlet retail, makanan atau supermarket di mana pihak *franchisee* setuju untuk menggunakan milik *franchisor* berupa nama, produk, servis, promosi, penjualan, distribusi, metode untuk display, dan lain-lain. Waralaba juga memiliki makna hak untuk memasarkan barang-barang atau jasa perusahaan dalam suatu wilayah tertentu. Hak tersebut telah diberikan oleh perusahaan kepada seorang individu, kelompok individu, kelompok marketing, pengecer atau grosir.

Waralaba di Indonesia berawal dari masuknya waralaba asing pada tahun 1980 hingga 1990-an. KFC, McDonalds, Burger King, Wendys adalah sebagian dari jejaring waralaba asing yang masuk ke Indonesia pada awal-awal berkembangnya waralaba di Indonesia. Perusahaan-perusahaan waralaba lokal pun mulai bermunculan. Salah satu pelopor waralaba lokal, yaitu Es Teler 77. Tahun 1992, di Indonesia terdapat 29 waralaba yang berasal dari luar negeri dan 6 franchise lokal. Pada tahun 1997, jumlah *franchisor* meningkat hingga 265 waralaba, di mana terdapat 235 waralaba internasional dan 30 waralaba lokal. Dan jumlah keseluruhan outlet adalah 2000.

Pada tahun 1997, terjadi krisis moneter dan berlanjut pada krisis politik (1998), yang mengakibatkan jatuhnya industri waralaba di Indonesia. Banyak pewaralaba asing yang meninggalkan Indonesia dan hampir sekitar 500 outlet yang tutup. Pada saat itu, jumlah waralaba dari luar negeri yang beroperasi di Indonesia menurun dari 230 hingga 170-180 waralaba.

Kini, tercatat telah ada sekitar 1.010 waralaba. Menurut data dari departemen perdagangan omset dari 1.010 Waralaba tersebut mencapai Rp 81 triliun per tahun. Di mana omset tersebut berasal dari waralaba asing sebesar Rp 38,8 triliun dengan 260 pewaralaba dan waralaba lokal sebesar Rp 45,5 triliun dengan 750 pewaralaba. Pertumbuhan waralaba di Indonesia dari tahun ke tahun diprediksi bakal mengalami kenaikan lebih signifikan. Diperkirakan angka pertumbuhannya mencapai 10-15 persen per tahun.

Keinginan untuk memiliki usaha sendiri masih menjadi faktor utama bagi masyarakat melirik bisnis ini. Tidak bisa dipungkiri, bisnis waralaba dapat menjadi penggerak perekonomian di tingkat bawah serta menciptakan lapangan pekerjaan. Dari waralaba yang ada saat ini, telah menciptakan 3 juta lapangan kerja baru. Sekitar 600.000 untuk yang bekerja langsung di usaha waralaba dan sisanya adalah usaha yang turut terkena efek bergandanya. Di masa depan, waralaba punya prospek cerah, karena usaha tersebut menjanjikan manfaat mikro, baik bagi *franchisor* dan *franchisee* sendiri, maupun manfaat makro bagi konsumen untuk mendapatkan jaminan produk bermutu, kesempatan berusaha dan lapangan kerja baru.

Usaha waralaba yang paling diminati adalah makanan dan minuman (50 persen), serta jasa pendidikan (20 persen). Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung, dan Yogyakarta adalah kota-kota yang pertumbuhan usaha waralabanya pesat. Hebatnya, krisis keuangan global beberapa waktu lalu, tak terlalu menghantam telak bagi waralaba. Sebab, para pelaku rata-rata sudah punya strategi dan pengalaman. Format bisnis waralaba digemari oleh pengusaha-pengusaha. Mengingat kecilnya risiko kegagalan yang mungkin timbul dalam menjalankan usaha, khususnya bagi pengusaha-pengusaha pemula. Bahkan dibanyak negara, kegagalan usaha yang mempergunakan format bisnis waralaba persentasenya tidak lebih dari satu digit.

Sementara itu, menurut data dari Waralaba dan Lisensi Indonesia (WALI), tahun 2008 lalu jumlah perusahaan yang terdaftar sebagai usaha waralaba dan lisensi mencapai 518 perusahaan dan dengan total 41.385 gerai. Dari jumlah tersebut, omset yang dibukukan usaha ini mencapai Rp 4,4 triliun per bulan. Jelas bukan jumlah yang kecil, apalagi usaha waralaba ini telah menyerap 890.128 tenaga kerja sepanjang tahun 2008 lalu. Departemen Perdagangan (Depdag) sendiri mencatat, tiap bulan omset waralaba di Indonesia mencapai Rp 4,1 trilun. Angka sebesar itu tentu menjadi magnet untuk menarik banyak perusahaan asing mengembangkan usahanya melalui konsep ini di Indonesia.

Di tahun 2010 ini, waralaba diyakini akan lebih bergairah dan mengalami pertumbuhan. Utamanya waralaba lokal. Produk waralaba semisal, ritel atau minimarket, makanan etnis serta pendidikan, juga diprediksi akan meningkat. Dari sisi segmen pun akan melebar ke calon pengusaha pemula. Tingginya antusiasme masyarakat saat pameran waralaba di beberapa kota menjadi indikatornya. Tren positif tersebut semakin membakar optimisme banyak pelaku di industri ini.

Makin meningkatnya kegiatan kewirausahaan, berupa pelatihan entrepreneur bagi para purna karya, entrepreneur pemula maupun mahasiswa, juga menjadi faktor pendorong. Terlebih waralaba dijadikan sebagai salah satu bahan dalam pembekalan *entrepreneurship*. Pilihan bisnis waralaba, setidaknya memiliki berbagai keunggalan. Misal, dari sisi *brand*, sistem, *support*, *sharing experience*, promosi, dan lainnya. Dengan berbagai keuunggulan tertsebut tentunya, tingkat risiko kegagalan dalam membangun bisnis dapat ditekan.

Semakin banyaknya edukasi terhadap bisnis waralaba juga diyakini akan menumbuhkan bagi lahirnya merek-merek waralaba baru. Waralaba yang bisa membuat sukses pewaralabanya, tetap dibidik. Khusus bagi pendatang baru mesti membuktikan bisnisnya sudah *proven* dan layak diwaralabakan. Tentu bagi pewaralaba harus ekstra hati-hati dalam memilih waralaba baru. Terakhir, jenis waralaba yang rendah investasinya masih menjadi prioritas calon terwaralaba. Pun demikian, meski bernilai investasi rendah harus tetap memperhatikan *lifecycle* produk yang panjang. Artinya, produk musiman, yang hanya bertahan dalam hitungan bulan. Anda berminat? *Nah*, kini saatnya Anda untuk menentukan pilihan. **(Herbayu/dari berbagai sumber)**

LEBIH DEKAT
TENTANG WARALABA

Waralaba memang bisnis menjanjikan. Anda tidak perlu repot membangun brand dari awal bisnis. Karena, Anda cukup nimbrung memakai nama dari usaha yang tengah berkembang. Dana promosi pun bisa ditekan seminimal mungkin. Dan, aliran rupiah bisa dengan mudah Anda dapatkan dari konsumen yang sudah mempercayai nama baik bran yang Anda pakai tersebut.

Barangkali, waralaba yang paling mudah Anda dapati di sekitar Anda adalah minimarket Alfamart dan Indomaret. Dua waralaba ini bersaing ketat dan memiliki segmen konsumen yang tinggal di lingkungan padat perkotaan. Bahkan demi memenangkan persaingan, setiap kali salah satu minimarket tersebut berdiri di suatu tempat, maka minimarket pesaingnya akan berdiri tidak jauh dari tempat itu. Masing-masing minimarket ini memiliki konsumen loyalnya sendiri. Menggiurkan bukan?

Dalam beberapa kasus, waralaba yang sudah punya nama, lebih menjanjikan bagi Anda untuk segera balik modal. Namun, bagaimana pun juga bisnis tetaplah bisnis. Keberadaannya tetap berada di ambang ketidakpastian daur hidup. Bisa jadi, bisnis waralaba akan terus ada dan diminati konsumen. Tapi, bisa pula akan menemui ajalnya bila tidak mampu bertahan dari keterpurukan. Mental bisnis harus tetap digulirkan sembari menjalankan kemudahan berbisnis ala waralaba.

Di Indonesia, waralaba sangat menjamur. Sehingga, demi tercipta industri waralaba yang kuat dan mendukung perekonomian di Indonesia, pemilik waralaba pun bersatu dalam wadah Asosiasi Franchise Indonesia (AFI). Asosiasi ini berdiri pada tahun 1991. AFI merupakan wadah yang menaungi pewaralaba dan terwaralaba, yang berbasiskan usaha kecil dan menengah.

Waralaba dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu waralaba luar negeri dan dalam negeri. Pada waralaba luar negeri, merek sudah diterima di berbagai dunia. Waralaba ini cenderung lebih disukai karena memiliki sistem lebih jelas. Dan, dirasakan lebih bergengsi. Waralaba dalam negeri juga menjadi salah satu pilihan investasi untuk orang-orang yang ingin cepat menjadi pengusaha, tetapi tidak memiliki pengetahuan cukup. Piranti awal dan kelanjutan usaha ini biasanya disediakan oleh pemilik waralaba.

Untuk memiliki bisnis waralaba, Anda perlu modal yang disesuaikan dengan pilihan waralaba Anda. Ada waralaba yang menawarkan harga dari beberapa juta rupiah hingga mencapai angka miliar. Semua tergantung minat Anda untuk menggeluti bisnis yang Anda cari. Biaya awal ini meliputi pengeluaran yang dikeluarkan oleh pemilik waralaba untuk membuat tempat usaha sesuai dengan spesifikasi *franchisor* (pemilik waralaba) dan biaya penggunaan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI).

Selain itu, Anda juga akan dikenakan biaya royalti. Besaran royalti berkisar 5-15 persen. Biaya royalti yang layak adalah 10 persen. Lebih dari 10 persen biasanya adalah biaya yang dikeluarkan untuk pemasaran yang perlu dipertanggungjawabkan. Biaya royalti dibayarkan pemegang waralaba setiap bulan dari laba operasional.

Terkait dengan HAKI dalam waralaba, yang merupakan instrumen kekayaan intelektual meliputi antara lain: merek, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang, dan paten. Kemudian, waralaba juga memiliki penemuan atau ciri khas usaha. Misalnya, sistem manajemen, cara penjualan atau penataan, atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknya.

Ada dua pihak yang berkaitan langsung dalam bisnis waralaba, yaitu *franchisor* dan *franchisee. Franchisor* (pemilik waralaba/pewaralaba) adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak kekayaan intelektual (HAKI) atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimilikinya. Sedangkan, *franchisee* (penerima waralaba/terwaralaba) adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak kekayaan intelektual (HAKI) atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba.

Melalui waralaba, terjadi perjanjian dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak kekayaan intelektual (HAKI), atau penemuan, atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain, dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut. Dan, perjanjian itu dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.

Dalam waralaba ini, pemberi lisensi waralaba telah mengembangkan produk atau jasa dan keseluruhan sistem distribusi/pengantaran, serta pemasaran produk atau jasa tersebut. Terkadang, jasa pelayanan komponen barang atau jasa juga ditambahkan dalam sistem itu. Saat ini, sistem waralaba yang berkembang pesat di negara industri maju adalah waralaba retail maupun waralaba rumah makan siap saji. Begitu pula yang terjadi di negara berkembang seperti Indonesia, waralaba retail –seperti Alfamart, Indomaret, Circle-K, Yomart—mengalami pertumbuhan yang signifikan.

Istilah lain yang perlu Anda ketahui dalam waralaba adalah penanda waralaba, perjanjian waralaba, dan pemegang utama lisensi waralaba. Penanda atau tanda waralaba adalah esensi dalam bisnis waralaba. Dia merupakan merek dagang dari produk atau jasa tersebut. Walaupun, proses produk atau jasa tersebut juga mungkin telah memperoleh paten dan hak cipta. Tentunya, penanda waralaba di format bisnis ini adalah merek dagang produk tersebut. Penanda waralaba juga bernilai sebagai simbol dari semua ciri bisnis tersebut.

Perjanjian waralaba *(franchise agreement)* adalah perjanjian yang mengikat pemberi dan penerima waralaba. Perjanjian ini adalah perjanjian yang seringkali dikaitkan dengan sejumlah perjanjian tambahan lain. Misalnya, perjanjian retail suatu produk, perjanjian untuk memasok komponen, perjanjian iklan, dan sebagainya. Perjanjian harus diadakan secara tertulis. Dan, di Indonesia dibuat dalam bahasa Indonesia dan diberlakukan hukum Indonesia.

Sedangkan, pemegang utama lisensi waralaba *(master franchisee)* adalah pihak yang berhak untuk mengoperasikan waralaba tersebut di suatu wilayah yang luas cakupannya. Misalnya di Indonesia atau regional wilayah di Indonesia. Umumnya, dimungkinkan membuka dan mengoperasikan gerai-gerai waralaba di daerah tersebut sebelum mulai menunjuk penerima waralaba lain sebagai sub-kontraktor *(sub-franchisees)*. Di Asia, pemegang utama lisensi waralaba ini seringkali datang dari kalangan bisnis domestik yang memiliki koneksi politik yang baik dengan penguasa dan berpengalaman dalam menjalankan bisnis skala besar dengan dukungan modal yang kuat.

Kunci keberhasilan bisnis waralaba adalah kekuatan merek. Sebelum mewaralabakan usaha, hendaknya setiap pengusaha mendaftarkan merek dagangnya ke Ditjen Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) Indonesia. Dengan begitu, pengusaha telah memiliki merek yang terdaftar. Peluang untuk mewaralabakan usaha akan lebih terjamin kepastian hukumnya. Selain itu, penerima waralaba akan mempercayai sistem waralaba yang ditawarkan. Karena, pemilik waralaba memiliki merek dagang yang terdaftar. **(Ilham/berbagai sumber)**

KEPASTIAN HUKUM WARALABA DI INDONESIA

Banyak orang masih skeptis dengan kepastian hukum terutama dalam bidang waralaba di Indonesia. Namun, saat ini kepastian hukum untuk berusaha dengan format bisnis waralaba jauh lebih baik dari sebelum tahun 1997. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya payung hukum yang dapat melindungi bisnis waralaba tersebut. Tren perkembangan waralaba diprediksi akan terus naik. Hal tersebut dapat dilihat dari adanya kecenderungan baru pengembangan usaha lewat waralaba bukan lagi monopoli perusahaan asing.

Franchisor atau pewaralaba domestik telah lahir, bahkan berkembang di berbagai kota besar di Indonesia, misalnya Es Teler 77, Kebab Turki Yogyakarta, Tela Krezz, Alfamart, Pisang Goreng Pontianak, Indomaret dan masih banyak lainnya. Karena sistem bisnis waralaba begitu menarik dan menguntungkan bagi pengusaha kecil atau pengusaha lokal, maka pemerintah memandang perlu mengatur bisnis tersebut. Untuk menciptakan tertib usaha dan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, maka telah diterbitkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 16 Tahun 1997 tentang waralaba melalui Lembaran Negara Nomor 49 Tahun 1997 yang dalam perkembangannya telah dicabut dan diganti dengan PP Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Selanjutnya ketentuan-ketentuan lain yang mendukung kepastian hukum dalam format bisnis waralaba adalah sebagai berikut:

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 Tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba, UU No. 14 Tahun 2001 tentang Paten, Undang-undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek, serta UU No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang. Sementara untuk mendampingi menjamurnya waralaba, beberapa asosiasi pun muncul. Misalnya, APWINDO (Asosiasi Pengusaha Waralaba Indonesia), WALI (Waralaba & License Indonesia), AFI (Asosiasi Franchise Indonesia). Ada juga beberapa konsultan waralaba di Indonesia, antara lain IFBM, The Bridge, Hans Consulting, FT Consulting, Ben WarG Consulting, JSI dan lain-lain. Asosiasi ini diharapkan mampu bersinergi dengan pemerintah dalam memberi ruang bagi perkembangan waralaba di Indonesia.

Sebenarnya, di Indonesia, sistem waralaba mulai dikenal pada tahun 1950-an, yaitu dengan munculnya dealer kendaraan bermotor melalui pembelian lisensi. Perkembangan kedua dimulai pada tahun 1970-an, yaitu dengan dimulainya sistem pembelian lisensi plus, yaitu *franchisee* tidak sekadar menjadi

penyalur, namun juga memiliki hak untuk memproduksi produknya. Agar waralaba dapat berkembang dengan pesat, maka persyaratan utama yang harus dimiliki satu teritori adalah kepastian hukum yang mengikat, baik bagi *franchisor* maupun *franchisee*. Tonggak kepastian hukum format waralaba di Indonesia dimulai pada tanggal 18 Juni 1997.

Perhatian pemerintah terhadap pelaku ekonomi dilakukan melalui campur tangan pemerintah di bidang regulasi, yaitu dalam hal membuat aturan main yang terangkum dalam peraturan perundang-undangan sebagai kodifikasi hukum. Salah satu kebijakan mikro yang dilakukan oleh pemerintah adalah memberikan perhatian yang lebih kepada para pelaku ekonomi agar mampu meningkatkan usahanya. Salah satu wujud perhatian pemerintah terhadap pelaku usaha tersebut adalah melalui pencanangan program kemitraan. Kemitraan adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan. Karena merupakan strategi bisnis, maka keberhasilan kemitraan sangat ditentukan oleh adanya kepatuhan di antara yang bermitra dalam menjalankan etika bisnis.

Program kemitraan secara yuridis formal diatur dalam Undang-Undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, dan PP Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan. Disebutkan dalam Pasal 1 butir 13 UU Nomor 20 Tahun 2008 bahwa kemitraan adalah kerjasama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang melibatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan Usaha Besar.

Adapun bentuk atau pola kemitraan menurut Pasal 26 UU Nomor 20 Tahun 2008, yaitu pola inti plasma, subkontrak, waralaba, perdagangan umum, distribusi dan keagenan, bentuk-bentuk kemitraan lain, seperti: bagi hasil, kerjasama operasional, usaha patungan (*joint venture*), dan penyumberluaran (*outsourcing*). Berdasarkan ketentuan Pasal 26 UU Nomor 20 Tahun 2008 tersebut, waralaba merupakan salah satu bentuk kemitraan yang hingga saat ini UU yang khusus mengatur mengenai waralaba belum ada di Indonesia. Namun begitu, masih dapat dijumpai di sana sini dalam hukum positif Indonesia yang menyinggung tentang waralaba selain UU Nomor 20 Tahun 2008, yaitu:

a. Perjanjian sebagai dasar hukum;

   Bisnis waralaba adalah didasarkan pada perjanjian, sedangkan menurut Pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-undang Hukum Perdata dinyatakan bahwa perjanjian yang dibuat secara sah mempunyai kekuatan berlaku seperti kekuatan berlakunya suatu undang-undang.

b. UU Merek, Paten, dan Hak Cipta sebagai dasar hukum;

   Sebagaimana diketahui, bahwa bisnis waralaba sangat terkai dengan masalah-masalah yang berkenaan dengan merek atau paten dan hak cipta. Sehingga Undang-Undang Merek, Paten dan Hak Cipta berlaku juga terhadap bisnis waralaba.

c. UU Penanaman Modal Asing sebagai dasar hukum;

   Terhadap operasional suatu waralaba yang melintas antar negara, aspek-aspek tentang penanaman modal asing juga berlaku.

Secara umum dapat dikatakan, bahwa pengaturan hukum positif mengenai bisnis waralaba di Indonesia hanya diatur oleh PP Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Disebutkan dalam Pasal 1 butir 1 PP Nomor 42 Tahun 2007, bahwa yang dimaksud dengan waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Adapun perjanjian waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Perjanjian yang ditulis dalam bahasa asing, harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia (Pasal 4 PP Nomor 42 Tahun 2007).

Selanjutnya disebutkan dalam Pasal 5 PP Nomor 42 Tahun 2007, bahwa perjanjian waralaba memuat klausul paling sedikit berupa: nama dan alamat para pihak, jenis hak kekayaan intelektual, kegiatan usaha, hak dan kewajiban para pihak, bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada penerima waralaba, wilayah usaha, jangka waktu perjanjian, tata cara pembayaran imbalan, kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris, penyelesaian sengketa dan tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian.

Sebagaimana dalam perjanjian pada umumnya, dalam perjanjian waralaba juga terdapat hak dan kewajiban masing-masing pihak. Disebutkan dalam Pasal 7 PP Nomor 42 Tahun 2007, bahwa kewajiban pemberi waralaba adalah:

(1) Pemberi waralaba harus memberikan prospektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba pada saat melakukan penawaran.

(2) Prospektus penawaran waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat paling sedikit mengenai data identitas pemberi waralaba, legalitas usaha pemberi waralaba, sejarah kegiatan usahanya, struktur organisasi pemberi waralaba, laporan keuangan, (dua) tahun terakhir, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba, hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba.

Pemberi waralaba menurut ketentuan Pasal 8 PP Nomor 42 Tahun 2007 juga wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan. PP Nomor 42 Tahun 2007 tidak banyak mengatur tentang hak dan kewajiban penerima waralaba. Pasal 11 PP Nomor 42 Tahun 2007 hanya mewajibkan penerima waralaba untuk mendaftarkan perjanjian waralaba.

Walaupun Indonesia belum mempunyai Undang-Undang yang secara khusus mengatur bisnis waralaba, namun keberadaan PP Nomor 42 Tahun 2007 telah cukup memberikan landasan hukum bagi bisnis waralaba di Indonesia. Namun demikian, tentunya PP tersebut tidak akan bermanfaat bila tidak ada upaya penegakan, utamanya dalam pembinaan dan pengawasan bisnis waralaba. Disebutkan dalam ketentuan Pasal 14 PP Nomor 42 Tahun 2007, pembinaan meliputi: pemberian pendidikan dan pelatihan waralaba, rekomendasi untuk memanfaatkan sarana perpasaran, rekomendasi untuk mengikuti pameran Waralaba baik di dalam negeri dan luar negeri, bantuan konsultasi melalui klinik bisnis, penghargaan kepada pemberi waralaba lokal terbaik; dan/atau bantuan perkuatan permodalan. **(Herbayu/berbagai sumber)**

Oleh: Nurcholis Majid Ahmad, Lc.

BISNIS WARALABA
DALAM PERSPEKTIF SYARIAT

Pemula yang baru melangkah dalam dunia bisnis, biasanya bingung pada usaha yang akan ia pilih. Mulai dari bisnis makanan hingga properti, semuanya menggiurkan. Tetapi timbul pertanyaan: "apa laku ya?" atau "siapa yang mau beli ...?."

Pertanyaan itulah yang tak sedikit justru berujung dengan urungnya niat berbisnis. Dalam dunia bisnis, sebenarnya ada sistem yang bisa menjembatani keraguan tersebut. Suatu sistem yang menakjubkan, dengan kemudahan yang akan didapat oleh kedua pihak, konsep ta'awun (kerjasama). Ia adalah waralaba. Apakah dapat memberi solusi?

Seorang pengusaha muslim tentunya mengutamakan kehalalan dalam mengais rezeki, karena ia memandang materi dunia hanya sebagai sarana dalam pengabdian diri kepada Allah semata. Ia bukanlah tujuan akhir dalam pencapaian misinya. Pada pembahasan ini, penulis ingin mengangkat konsep waralaba apakah itu sesuai dengan syariat.

Definisi dan Karakteristik Waralaba

Dalam kamus bahasa Indonesia, waralaba adalah kerja sama dalam bidang usaha dengan bagi hasil sesuai kesepakatan. [1]

Dalam dunia bisnis ini, maka ada dua pihak yang bekerja sama, mereka adalah Pewaralaba *(franchisor)* alias pemilik system waralaba atau yang memberi waralaba dan terwaralaba *(franchisee)* atau pihak yang menerima hak waralaba

Adapun pengertian waralaba yang ada didunia bisnis;

1. Menurut International Franchise Association [2]; waralaba pada hakekatnya memiliki tiga elemen, yaitu:

a. Merek

Dalam setiap perjanjian waralaba, sang *franchisor* selaku

pemilik dari sistem waralaba memberikan lisensi kepada *franchisee* untuk dapat menggunakan merek dagang atau jasa, dan logo yang dimiliki oleh *franchisor*

b. Sistem Bisnis

Keberhasilan dari suatu organisasi franchise tergantung dari penerapan sistem atau metode bisnis yang sama antara *franchisor* dan *franchisee*. Sistem tersebut berupa pedoman yang mencakup standarisasi produk, metode untuk mempersiapkan atau mengolah produk atau makanan, atau metode jasa, standar rupa dari fasilitas bisnis, standar periklanan, sistem reservasi, sistem akuntansi, kontrol persediaan, kebijakan dagang, dan lain-lain.

c. Biaya

Dalam setiap format bisnis waralaba, sang *franchisor* baik secara langsung atau tidak langsung menarik pembayaran dari *franchisee* atas pengunaan merek dan atas partisipasi dalam sistem waralaba yang dijalankan. Biaya terdiri dari biaya awal, biaya royalti, biaya jasa, biaya lisensi dan/atau biaya pemasaran bersama. Biaya lainnya juga dapa berupa biaya atas jasa yang diberikan kepada franchisee.

2. Menurut Amir Karamoy (2006) [3], waralaba adalah suatu pola kemitraan usaha antara perusahaan yang memiliki merek dagang dikenal dan sistem manajemen, keuangan dan pemasaran yang telah mantap, disebut *franchisor*, dengan perusahaan atau individu yang memanfaatkan atau menggunakan merek dan sistem milik *franchisor*, disebut *franchisee*. *Franchisor* wajib memberikan bantuan teknis, manajemen dan pemasaran kepada *franchisee* dan sebagai timbal baliknya, *franchisee* membayar sejumlah biaya kepada *franchisor*. Hubungan kemitraaan usaha antara kedua pihak dikukuhkan dalam suatu perjanjian lisensi atau *franchise*.

3. Menurut Peraturan Menteri Perdagangan No 12 Tahun 2006, *"franchise (waralaba) adalah perikatan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dimana penerima waralaba diberikan hak waralaba untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/ atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsutasi operasional yang berkesinambungan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba"* .[4]

Dari tiga definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan, bahwa pada dasarnya waralaba merupakan suatu pembelian merek dagang yang biasanya sudah dikenal oleh masyarakat luas. *Franchisee* yang telah membeli merek dan izin usaha, maka akan melakukan bisnis yang sama persis dengan bisnis yang telah dimiliki oleh *franchisor* untuk jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan. Keuntungan bagi *franchisor* adalah percepatan dan perluasan usaha, dengan modal relatif rendah; efisiensi dalam meraih target pasar melalui promosi bersama; terbentuknya kekuatan ekonomi dalam jaringan distribusi; menggantikan kebutuhan *personel franchisor* dengan para operator milik *franchisee* (*slim organization*), Sedangkan keuntungan sistem waralaba bagi *franchisee* yaitu: *learning curve* yang singkat; keuntungan menggunakan jaringan nama usaha yang dikenal; mendapatkan bantuan memulai usaha; mungkin berupa jaminan suplai dan dukungan usaha lainnya; Selama jangka waktu tersebut, sehingga dengan demikian, *franchisee* memperoleh penghematan waktu dan tenaga dalam melakukan riset pada bisnis yang akan digeluti, yang memungkinkan baginya untuk lebih cepat dalam menjalankan usahanya tanpa perlu susah payah membangun usaha dari nol.

Franchisee dalam bisnis ini sifatnya independen terhadap *franchisor*, maksudnya adalah *franchisee* berhak atas laba dari usaha yang dijalankannya, dan bertanggung jawab atas beban-beban usaha waralabanya sendiri (misalnya gaji pegawai dan biaya operasional). Di luar itu, *franchisee* terikat pada aturan dan perjanjian yang telah disepakati bersama.

Referensi Hukum

Merupakan sebuah konsep kerjasama yang menguntungkan antara dua pihak dalam mengembangkan usaha masing masing, baik franchisor maupun *franchisee*, Hal ini sesuai dengan Firman Allah Taala dalam konsep *Ta'awun* dan *syirkah*. Firman Allah ﷻ ,

"Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya." (QS. Shad: 24)

Dalam Surat Shad Allah ﷻ berfirman,

"Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini"

Rasulullah ﷺ juga menerangkan sisi positif dari bersyarikat ini yaitu dalam hadits Qudsi:

Dari Abu Hurairah رضي الله عنه menuturkan, "Bersabda Rasulullah ﷺ, *'Sesungguhnya Allah ﷻ berkata, 'Aku adalah yang ketiga (penolong) dari dua orang yang bersyarikat, selama salah satunya tidak menghianati kawannya, apabila ia berhianat maka aku keluar dari persyerikatan dua orang itu'."* (HR. Abu Dawud No.3383)

Kemudian menolong sesama merupakan hal yang terpuji, dengnnya akan datang pertolongan Allah, seperti sabda Rasulullah ﷺ yang diriwayatkan dari Abi Hurairah رضي الله عنه:

"Allah senantiasa menolong hambanya selama hamba tersebut menolong saudaranya (HR. Muslim No.6793)

Dalam fikih Islam ada dua hal yang menjadi penilaian pada konsep Waralaba/Franchise, yaitu:

1. Pembelian Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) berupa merek dagang, penemuan dan ciri khas produk atau menejemen usaha sebagai hak paten yang dimiliki *franchisor*, sedangkan HAKI merupakan benda maknawi yang memiliki nilai jual. Ulama menjelaskan beberapa hal yang berkenaan tentang hak maknawi ini, seperti pada karya ilmiah, penemuan hasil riset, dan sebagainya merupakan hal yang boleh dijual dengan catatan bahwa *franchisee* yang telah menerima lisensi harus mendapatkan pengarahan standarisasi mutu produk, agar konsumen tidak dirugikan karena mutu produk yang berbeda .[5]

2. Konsep kerjasama pada waralaba ada kaitannya

dengan *syirkatul 'uqud*, yaitu kerjasama antara dua orang atau lebih dalam usaha untuk mendapatkan hasil yang dapat dinikmati bersama. *Syirkatul 'uqud* (kerjasama dalam akad perdagangan)memiliki lima jenis yaitu [6]:

Pertama. terdiri dari dua atau beberapa pihak yang berserikat dalam modal dan tenaga. Ini disebut *Syirkatul 'inan.*

Kedua, berserikat dalam sebuah transaksi dimana salah satu pihak dengan harta/modal dan pihak lain dengan tenaga. Inilah yang disebut mudharabah.

Ketiga, berserikat dalam sebuah transaksi dimana semua pihak tidak memilik modal tapi mereka bisa mengadakan barang dengan modal kepercayaan, kedudukan dan semisalnya. Ini disebut *syirkatul wujuh*.

Keempat, berserikat dalam usaha dengan badan/ tenaga mereka dalam sebuah bisnis dan mereka berbagi dari keuntungan yang di dapat. Ini disebut *syirkatul abdan*.

Kelima, syirkah yang tergabung dalamnya empat jenis syrikat di atas. Ini disebut *syirkatul mufawadhah*.

Maka, dalam konsep waralaba memiliki salah satu konsep dari syirkah, yang mana *franchisee* mengeluarkan modal untuk operasional usahanya, sedangkan *franchisor* memberikan hak patennya berupa hasil dari penelitian dan suplay barang atau produk yang yang diwaralabakan, maka keadaan ini dapat dikategorikan syirkatul inan [7], dikarenakan keduanya mengeluarkan modal dan tenaga.

Akan tetapi bila jenis waralaba hanya berupa pemberian merek dagang/lisensi, pelatihan standar mutu produk dan menejemen oprasional, adapun biayanya murni ditanggung *franchisee*, maka ini bisa disebut mudhorobah, karena *franchisor* akan menerima royalti dari tenaganya atau biasa disebut Hak Kekayaan Intelektual (HAKI).

Syarat-syarat waralaba yang dilegalkan Islam

Dasar hukum muamalah adalah mubah (diperpolehkan) kecuali yang dilarang, maka setiap perdagangan yang tidak ada unsur riba, judi, gharar (penipuan),atau barang yang haram, maka hukumnya mubah. Dalam bisnis waralaba ada beberapa faktor yang perlu diulas agar lebih jelas peletakan hukumnya sesuai kaidah syariat.

Pertama, jenis produk atau jasa pada waralaba.harus halal, yakni tidak mengandung hal-hal yang diharamkan oleh syariah. Misalnya produk makanan dari hasil olahan babi, darah, bangkai, *khomer*, hewan bertaring, barang najis dan sebagainya, atau barang yang membahayakan untuk digunakan. Begitu pula pada penyediaan layanan jasa haram, contohnya; panti pijat atau kolam renang yang bercampur padanya laki laki dan wanita, penyewaan tempat dan alat untuk maksiat, dan sebagainya. Karena ini semua berlawanan dengan firman Allah Ta'ala:

"Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya."(QS. Al-Maidah: 2)

Kedua, waralaba yang akan dibeli ini merupkan bisnis yang sudah terbukti kesuksesannya, sehingga *franchisee* setelah membeli waralaba ini dapat mengambil manfaat untuk bisnisnya, karena telah memiliki merek yang terkenal. Dengan demikian maka, uang yang dibayarkan kepada *franchisor* merupakan pembelian manfaat atau hak intelektual. Dikarenakan Islam melarang menjual sesuatu yang tidak memiliki manfaat atau *majhulul hal* (tidak jelas kondisinya)[8] Oleh karenanya, produk yang belum sukses tentu tidak bermanfaat untuk calon *franchisee*, sehingga ia tidak perlu memulai usahanya dari nol lagi. Ketika *fanchisor* menjual waralaba pada produk yang belum sukses ini maka sama halnya memakan harta dengan cara yang batil. Allah ﷻ melarang perbuatan ini dalam Firman-Nya:

"Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil" (QS. Al-Baqarah: 188)

Ketiga, Perjanjian kerjasama harus jelas dan transparan agar nantinya tidak terjadi perselisihan dikemudian hari, hal ini sesuai sabda Rasulullah ﷺ:

"Kaum muslimin hendaknya menepati syarat syarat (perjanjian) mereka ." [9]

Dalam akad yang jelas, transparan, dan penuh keterbukaan akan menghilangkan unsur penipuan dan lari dari kewajiban masing masing, maka dari itu Rasulullah ﷺ melarang jual beli yang ada padanya *gharar*, diriwayatkan oleh Abu Hurairah رضي الله عنه:

"Rasulullah ﷺ melarang jual beli sistem hashoot (sejenis lotre) dan juga melarang jual beli gharar (tidak jelas/ada unsur penipuan) .[10]

Keempat, akad yang dicapai tidak boleh melanggar syariat dikarenakan semua perjanjian yang bertentangan dengan Islam adalah batil. Dari Aisyah رضي الله عنها berkata, bersabda Rasulullah ﷺ:

"Setiap syarat yang tidak ada dalam kitabullah adalah batil walaupun seratus syarat ." [11]

Syarat tersebut berupa kecurangan, atau mengandung perjudian atau bernuansa ribawi. Demikian ulasan sederhana ini, semoga bermanfaat bagi Anda yang ingin berwaralaba. *Wallahu a'lam bis shawab.* **(Nurcholis Majid Ahmad, Lc.)**

[1] Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, Kamus Besar Bahasa Indonesia , edisi ke III, Balai Pustaka Jakarta, tahun 2002
[2] Dikutip dari www.franchise.org
[3] Dikutip dari www.waralaba.com
[4] Ibid
[5] Lihat keputusan Majlis Majma' Al-Fiqh Al-Islami pada muktamar yang kelima di Kuwait tahun.1409H/1988M dinukil dari kitab *Al-Iqtishad Al-Islami wal Qadhaya Al-Fiqh Al-Mu'ashirah*, Prof. DR. Ali Ahmad As-Salusi. Hal.748-749
[6] *Al-Mulakhas Al-Fiqhi*, Dr. Shaleh bin Fauzan Alu Fauzan, jilid 2, hlm124
[7] Lihat pengertian Syirkatul Inan dalam kitab *Al-Mulakhas Al-Fiqhi* jilid 2, hal.126
[8] Lihat perkataan Imam Nawawi dalam mengomentari hadits tentang larangan jual beli gharar, Syarh *Shahih Muslim*, Imam Nawawi 10/156
[9] HR. Abu Dawud, No.3120 At-Tirmidzi, No. 1272
[10] HR. Muslim, No.1513 At-Tirnidzi, No.1248
[11] HR. Ibnu Majah, No. 2512, Ahmad, No.24329 dan 24603

ISTANA HERBAL
FOOD, COSMETIC, & HERBAL FARMACY

Slimming Blue
60
Susur Alami

LANGKAH MEMILIH WARALABA YANG BERKAH

Bagi sebagian orang bisnis lewat sistem waralaba menjadi pilihan. Di samping jalannya pintas, juga dianggap hasilnya cukup menjanjikan. Tak heran jika ini dibaca oleh jagoan bisnis sebagai pasar yang potensial. Hasilnya, menjamurlah tawaran bisnis waralaba dengan berbagai tawaran produk dan bendera.

Tak pelak peluang ini digunakan oleh sebagian orang yang kurang bertanggung jawab. Mereka pun ikut meramaikan bursa bisnis waralaba. Tetapi, sebenarnya mereka bukan *franchisor* sejati. Mereka hanyalah pihak yang mencoba mengeruk keuntungan dengan kemasan waralaba. Dalam perjalanan tidak jarang muncul perselisihan antara Pewaralaba dengan Terwaralaba.

Dewan Pengarah Perhimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia (WALI), Amir Karamoy menjelaskan, masalah yang seringkali memicu sengketa adalah karena belum adanya keharusan audit publik terhadap perusahaan waralaba yang berkeinginan melebarkan sayap usahanya. "Banyak perusahaan kecil yang belum mampu menghidupi dirinya sendiri tiba-tiba sudah menjadi waralaba," jelas Amir Karamoy. Sehingga, Amir menambahkan, banyak investor yang ditawari waralaba terjebak dan mengalami kerugian karena kerjasamanya tidak berjalan. Hal ini yang memunculkan sengketa antara pemilik waralaba dan terwaralaba itu. Karena itu, sebelum memutuskan memilih pewaralaba yang diinginkan, Anda dituntut bisa membedakan antara warabala *beneran* dan yang bodong. Berikut adalah tips memilih waralaba agar usaha aman dan nyaman, hasilnya juga berkah.

Kaji Tiga Faktor Dasar

Salah satu acuan yang harus dipahami, menurut PP no. 10 Tentang Waralaba, suatu usaha layak untuk difranchisekan yaitu: sudah memiliki sistem yang standar dan bisa diterapkan di mana pun, usaha sudah berjalan minimal satu tahun, sudah memiliki satu cabang yang sudah terbukti untung, dan *franchissor* yang baik memiliki motif untuk mengembangkan usahanya. Merujuk pada *International Franchise Association* bahwa *franchise* atau waralaba pada hakekatnya memiliki

3 elemen dasar yang terdiri dari Merek, Sistem Bisnis, dan Biaya (Fees). Tiga elemen dasar inilah yang mesti Anda kaji dan pelajari dengan baik dan teliti.

Merek

Dalam setiap perjanjian waralaba, sang pewaralaba (*franchisor*)—selaku pemilik dari sistem waralabanya—memberikan lisensi kepada terwaralaba (*franchisee*) untuk dapat menggunakan Merek Dagang/Jasa dan logo yang dimiliki oleh pewaralaba. Yakinkan bahwa merek yang ditawarkan *franchisor* memang punya *brand* yang bagus. Ini menjadi salah satu kunci keberhasilan pasar usaha Anda.

Sistem Bisnis

Keberhasilan dari suatu organisasi Waralaba tergantung dari penerapan sistem/metode bisnis yang sama antara pewaralaba dan terwaralaba. Sistem bisnis tersebut berupa pedoman yang mencakup standarisasi produk, metode untuk mempersiapkan atau mengolah produk atau makanan, atau metode jasa, standar rupa dari fasilitas bisnis, standar periklanan, sistem reservasi, sistem akuntansi, kontrol persediaan, kebijakan dagang, dan lain-lain.

Biaya *(Fees)*

Dalam setiap format bisnis waralaba, sang pewaralaba baik secara langsung atau tidak, akan menarik pembayaran dari terwaralaba atas penggunaan merek dan atas partisipasi dalam sistem waralaba yang dijalankan. Biaya biasanya terdiri atas biaya awal, biaya royalti, biaya jasa, biaya lisensi dan atau biaya pemasaran bersama. Biaya lainnya juga dapat berupa biaya atas jasa yang diberikan kepada terwaralaba, biaya manajemen, misalnya. Pelajari dengan seksama berbagai biaya yang dipatok oleh *franchisor*, apakah logis ataukah terkesan mau cari untung sendiri. Hal ini jangan baru disadari ketika kesepakatan sudah diteken atau bahkan ketika Anda sudah sekian lama menjadi terwaralaba.

Di samping ketiga hal di muka, perlu diingat bahwa sistem waralaba punya karakteristik yang khas. Bahwa pihak-pihak yang terkait dalam waralaba sifatnya berdiri sendiri. Terwaralaba berada dalam posisi independen terhadap pewaralaba. Independen maksudnya adalah terwaralaba berhak atas laba dari usaha yang dijalankannya, bertanggung jawab atas beban usaha waralabanya sendiri (misal: pajak dan gaji pegawai). Di luar itu, terwaralaba terikat pada aturan dan perjanjian dengan pewaralaba sesuai dengan kontrak yang disepakati bersama.

Anda dianjurkan serius dalam melakukan verifikasi terhadap *franchisor*, betulkah mampu memberikan layanan mendasar sesuai yang Anda harapkan dalam memulai bisnis.

Pemilihan lokasi. Apakah Anda akan dituntun hingga penandatanganan kontrak sewa gedung? Dalam bidang tertentu, pemilihan lokasi yang tepat membutuhkan profesionalisme di mana hanya *franchisor* yang telah mapan yang dapat meyakinkannya.

Dukungan keuangan. Apakah *franchisor* akan menolong Anda dalam menangani *financial support*? *Franchisor* harusnya membantu Anda dalam membuat rencana keuangan tanpa mengambil alih posisi Anda: laporan keuangan, pinjaman, dan sebagainya.

Merchandising. Apakah *franchisor* menawarkan Anda di bidang *merchandising* dalam menata ruangan dan produk dengan benar? Pengenalan tentang instalasi produk adalah praktik yang penting dalam meraih sukses.

Pelatihan awal. *Franchisor* memiliki peran yang penting untuk mengawal Anda agar memulai bidang yang bersangkutan sesuai dengan konsep *franchisor*. Setiap bentuk trading partner memiliki karakteristiknya: pelatihan haruslah mengkontribusikan semua elemen dalam proses peluncuran.

Advertising campaign. Adalah penting memperkenalkan diri sejak masa *grand opening*, bahkan sebelumnya. Pembiayaan *advertising* peluncuran apakah sudah dibudgetkan dalam investasi awal dan apakah Anda akan dibantu oleh *franchisor*?

Anda bisa melakukan riset kecil-kecilan mengenai prospek bisnis yang akan Anda ambilwaralabanya. Misalnya dengan cara Anda mendatangi tiga atau lima outlet waralaba yang perlu dipertimbangkan untuk dikorek berbagai informasi dari terwaralaba yang sudah berjalan. Sudah?

Ada yang Lebih Mendasar Bagi Pengusaha Muslim

Pertama. Salah satu syarat transaksi yang diizinkan dalam muamalah Islami adalah bahwa transaksi tersebut mengandung manfaat. Baik itu manfaat bagi pembeli maupun penjual, baikk bentuk barang, jasa, tenaga, fasilitas maupun selainnya.

Kedua. Telisik lebih mendalam tentang bentuk sistem serikat/perserikatannya. Apakah sistem yang dibangun saling menguntungkan atau hanya menguntungkan salah satu pihak.

Ketiga. Pembagian hasil dibagi atas dasar modal, tenaga dan usaha dalam sebuah serikat memperhatikan keadilan, tidak ada bentuk kezaliman, melanggar hak orang lain dan hal-hal yang terlarang dalam fikih jual beli.

Di sinilah Anda perlu konsultan syariat yang memahami dasar sistem nilai syariat. Hal ini sebagai filter moral bisnis yang bertujuan untuk menghindari berbagai penyimpangan bisnis (*moral hazard*), yaitu *maysir* (spekulasi judi), asusila, *gharar* (penipuan/ketidakjelasan), haram, riba, *ikhtikar* (penimbunan/monopoli), dan *dharar* (berbahaya).

Jadi, meskipunwaralaba diperbolehkan dengan alasan perkembangan syirkah, waralaba harus tetap mengikuti prinsip dasar transaksi dalam hukum Islam dan barang yang dibuat untuk transaksi tidak bertentangan dengan syara' atau barang-barang/hewan yang diharamkan untuk diperjualbelikan dalam Islam. Jika Anda sudah memperoleh berbagai informasi tersebut secara objektif tinggal mantapkan hati, bismillah tanda tangani kontrak kerja sama dengan nyaman. Kiranya Anda bisa menjadi Terwaralaba yang nyaman dalam berusaha di samping investasi yang dikeluarkan pun aman. **(Arfm/dari berbagai sumber)**

PELUANG BISNIS WARALABA TERBUKA LAPANG

Perkembangan waralaba di Indonesia pada saat ini semakin hari bertambah subur. Baik asing maupun lokal berlomba-lomba mengibarkan bendera perusahaan yang dikembangkan secara franchising. Sebut saja CFC, KFC, Papa Ron's pizza, atau Primagama. Waralaba yang merupakan bentuk pengembangan dari keagenan & distributorship semakin diminati.

Bisnis waralaba memang mempunyai karakteristik yang membedakannya dengan metode bisnis lainnya. Usaha yang membagi pihak menjadi *franchisor* dan *franchisee* ini mempunyai kekhasan, yaitu:

- *Franchisee* menjual barang/jasa berdasarkan kualitas standar, dan teridentifikasi dari merek dagang *franchisor*
- *Franchisor* memiliki kontrol atas operasi *franchisee*
- *Franchisee* diharuskan membayar imbalan berupa *fees* kepada *franchisor*

Untung dan Rugi Bisnis Gaya Waralaba

Apabila kita meninjau waralaba dari aspek bisnis, maka kita dihadapkan pada kata untung & rugi. Hal-hal berikut merupakan keuntungan dan kerugian dalam bisnis yang berbentuk waralaba.

Keuntungan dari franchisee:

a. merek yang terkenal;

b. standar kualitas serta keseragaman dari produk dan layanan;

c. resep khusus dalam pemasaran dan pencatatan;

d. saran pemilihan lokasi, disain outlet, pemasaran, dan

permodalan;

e. kerangka bisnis;

f. metode & prosedur operasi untuk membuat dan menjual produk;

g. menerima informasi yang berguna seperti kompetisi, kebutuhan produk, & kebiasaan masyarakat;

h. sumber pengadaan barang dan jasa;

i. pelatihan dari orang yang sudah professional;

j. bantuan keuangan.

Kerugian dari franchisee:

a. penekanan kontrol;

b. dikenakan *franchise fee;*

c. sukar menilai kualitas *franchisor;*

d. kontrak yang membatasi;

e. tingkat ketergantungan pada *franchisor* tinggi;

f. terikat oleh kebijakan *franchisor*;

g. reputasi dan citra merek turun.

Peluang Pewaralaba Masih Luas Terbuka

Pertumbuhan usaha waralaba di Indonesia diperkirakan semakin pesat di masa mendatang. Kisaran pertumbuhannya bisa mencapai 10-15% per tahun. Hingga saat ini terdapat tidak kurang dari 1000 waralaba di Indonesia dengan 40.000 outlet. Terobosan bisnis tersebut mampu menyerap tenaga kerja antara 700 ribu hingga 1 juta orang. Jenis usaha waralaba yang paling diminati adalah makanan dan minuman, dengan mengambil porsi 50% dari total waralaba, sementara jasa pendidikan sekitar 20%.

Berdasarkan survey Nielsen, pertumbuhan ritel modern pada tahun lalu sebesar 17,9% dibandingkan setahun sebelumnya. Retailer Service Director The Nielsen Indonesia, Yongki Susilo, menjelaskan ritel modern masih menjadi penggerak pertumbuhan ritel nasional. Diperkirakan ritel modern pada tahun ini tumbuh sekitar 20% atau menjadi Rp 43,8 Triliun dibandingkan tahun sebelumnya. Survey tersebut berdasarkan riset terhadap penjualan sebanyak 55 item produk konsumsi oleh Nielsen.

Usaha waralaba, apalagi jika Anda memilih waralaba makanan, memiliki prospek yang bagus. Saat ini banyak tersedia waralaba yang tidak mahal. Banyak waralaba dari kategori ini yang terbukti tumbuh besar. Dengan harga paket sekitar 6 jutaan anda sudah bisa memulai bisnis waralaba kuliner.

Waralaba makanan bisa sukses dikarenakan semua orang butuh makan. Lebih dari itu, makan-makan kini sudah bergeser menjadi *life style*. Semakin bertebarannya tayangan kuliner di TV dan menjamurnya mal hingga ke pelosok daerah dipercaya ikut mendukung gejala tren ini. Di samping itu waralaba juga diidentikkan dengan standar pelayanan, mutu produk, dan harga yang ditawarkan.

Dalam keadaan miskin informasi, misalnya saat bepergian, orang cenderung akan memilih sajian kuliner berbasis waralaba. Mengapa? Karena di mana pun pelayanan, produk, dan harganya dipatok sama. Dengan makan di gerai kuliner berbasis waralaba, seorang konsumen lebih mendapat kepastian ketimbang mencoba-coba lokasi makanan yang sama sekali baru yang berisiko harus membayar harga tinggi dengan rasa yang bisa jadi jauh dari standar.

Meskipun waralaba terlihat cukup menjanjikan tetapi investor tetap harus berhati-hati dan cermat melihat dan mengkalkulasi plus minus pola bisnis waralaba tersebut. Jangan sampai keinginan investor untuk menanamkan dananya agar memperoleh keuntungan berubah menjadi kerugian dan terjebak dalam kesulitan jangka panjang. Kecermatan membaca peluang, mengkalkulasi keuntungan, dan berdisiplin dalam kerja menjadi faktor utama bagi pebisnis dalam meraih sukses.

Waralaba sebagai model pengembangan kemitraan bisnis memberikan peluang yang lapang kepada para pengusaha untuk mengembangkan usahanya. Keunggulan sistem waralaba ini adalah (1) merupakan salah satu *start up of new busines* yang sangat prospektif, (2) menguntungkan pembeli waralaba karena tidak memerlukan promosi dan biaya iklan produk, (3) mampu mengembangkan segmentasi pasar terbesar dengan menguasai jaringan pasar, (4) sarana bagi proses alih teknologi dan keterampilan, dan (5) menciptakan banyak kesempatan kerja.

Pengusaha dapat memanfaatkan keunggulan *franchisor* secara simbiosis mutualisme, saling menguntungkan, dengan mengelola produk yang mudah dipasarkan, image yang menarik serta paket usaha yang kompetitif tanpa keharusan mengeluarkan modal yang terlalu besar. Anda siap memulainya? **(Arfm/dari berbagai sumber)**

Mencari Kerendahan Hati

Anda pernah naik kereta umum (seperti presiden saja pakai kereta khusus), bus umum, atau di kerumunan antrian sebuah loket? Betapa tampak kepedulian terhadap sesama sudah menjadi barang langka. Atau sebagian orang dengan spesifikasinya yang khas merasa sungkan melakukan perkerjaan orang kebanyakan. Ada yang, karena ustadz, merasa tidak level kalau makan bersama muridnya. Sementara seorang pemimpin merasa tidak pantas makan tidak layak bersantap bersama karyawan. Ada juga pebisnis yang merasa tidak semestinya *lunch* kecuali dengan pebisnis pula. Sudah jamak, di zaman kiwari orang-orang mengkristalkan diri dalam ekskulivitas keunggulan diri. Mengapa? Karena setan memang berdakwah untuk, salah satu tujuannya, itu.

Di antara tipu daya dan makar setan adalah memerintahkan seseorang untuk memutus hubungan dengan dunia. Membisikkan dalam jiwa seseorang untuk memenjara fisiknya dalam ruang masjid atau pondok; menahannya di sana; dan mencegahnya keluar seraya berbisik, "Apabila kamu keluar,berarti kamu tidak punya malu terhadap orang lain, kamu akan jatuh di mata mereka, kewibawaanmu hilang dari hati mereka. Kamu akan melihat kemungkaran di jalan."[1]

Bisikan tersebut mengandung racun berbahaya, yang secara perlahan hendak disuntikkan oleh setan. Racun ini akan menyuburkan sikap sombong, meremehkan orang lain, *indiviualistis*, dan mencari kekuasaan. Dengan memenjarakan fisik manusia, setan bermaksud menghalangi hal-hal yang bisa melemahkan sifat-sifat tercela tersebut. Karena, sifat itu bisa tergerus jika seseorang bermuamalah secara baik bersama orang-orang.

Betapa seseorang begitu girang jika dikunjungi orang, tetapi tidak mau mengunjungi yang lain. Seseorang lebih suka didatangi oleh orang, tetapi tidak mau mendatangi mereka. Betapa seseorang akan bangga jika orang-orang berdatangan dan berkumpul di dekatnya setelah sebelumnya mencium tangannya. Orang semacam ini meninggalkan hal-hal yang wajib, hal-hal yang dianjurkan, dan ibadah-ibadah yang dapat mendekatkan dirinya kepada Allah, kemudian menggantinya dengan hal-hal yang mendekatkan orang-orang kepada dirinya. Dirinya memposisikan sosoknya dalam menara gading keangkuhan.

Apakah mereka tidak menyaksikan sejarah para tokoh yang dijadikan panutan, termasuk oleh diri mereka? Tercatat bahwa dahulu Rasulullaah ﷺ keluar ke pasar sendiri? Sebagian ahli hadits merekam tujuan beliau, "Untuk membeli kebutuhannya dan membawanya sendiri." Itu disebutkan oleh, salah satunya, Abu Al-Faraj bin Al-Jauzi. Sahabat dekat beliau, Abu Bakar a, keluar rumah menuju pasar membawa beberapa helai pakaian. Di pasar itu dirinya melakukan jual beli. Sementara itu Abdullaah bin Salam a berjalan seorang diri dengan seikat kayu bakar bertengger di atas kepalanya. Ada yang bertanya, "Apa yang membuatmu melakukan hal ini? Bukankah Allah l telah mencukupimu?" Dia pun menjawab, "Aku ingin menekan kesombongan diriku. Sungguh aku mendengar Rasulullaah ﷺ bersabda,

"Tidaklah masuk surga seorang hamba yang di dalam hatinya ada seberat biji sawi kesombongan." [2]

Dalam kesempatan lain, Abu Hurairah a pun melakukan hal serupa. Padahal, waktu itu dirinya sudah tidak miskin lagi, bahkan sudah menjadi seorang penggede. Saat itu dirinya menjadi pemimpin kota Madinah. Dirinya tak canggung memikul kayu bakar dan kebutuhannya yang lain, sambil berkata, "Kasih jalan untuk pemimpin kalian... Kasih jalan untuk pemimpin kalian... ."

Umar bin Al-Khaththab ؓ kecapekan karena keluar untuk memenuhi kebutuhannya dengan berjalan kaki, padahal dirinya seorang khalifah.

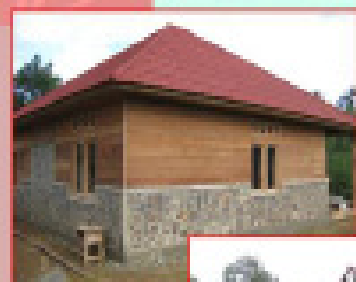
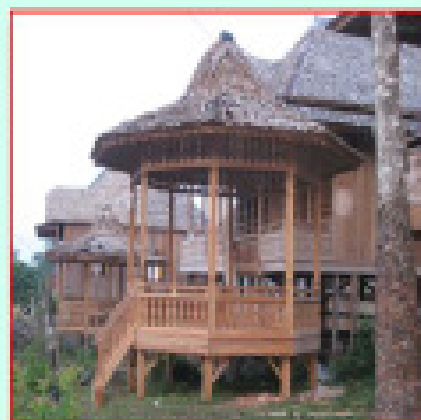
Nah, mengapa kita tidak mencoba melakukan kebiasaan orang-orang besar tersebut? Mencari kerendahan hati bersama orang lain.

[1] Imam Ibnu Al-Qayyim, di dalam Ighatsah Al-Lahafan: I/190.
[2] Hadits sahih. Dicatat oleh Ath-Thabrani dalam kitab Al-Mu'jam Al-Kabiir: 64/216/2 nomor 25/363.
Muslim: 1/65, Abu Dawud: 2/181 nomor 3447/4091, At-Tirmidzi: 1/360 nomor 1626, Ibnu Khuzaimah dalam At-Tauhid nomor 247, Ahmad: 1/451, dan Ibnu Sa'ad: 7/475.

Sentra Industri Gazebo & Rumah Knock Down

Harga Lokal - Kualitas Ekspor

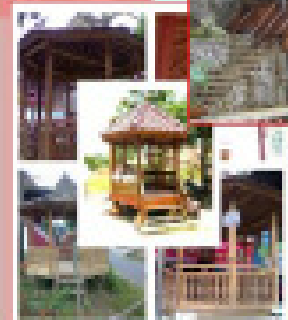
Gazebo-Creation adalah merupakan salah satu jenis Usaha Kecil Mandiri yang berada di Desa Tanjung Batu Seberang Kab. Ogan Ilir, Sumatera Selatan. Terletak lebih kurang 55 km dari pusat kota Palembang. Usaha ini merupakan usaha turun-temurun dari pendahulu-pendahulu kami dan sampai sekarang tetap eksis bahkan dengan desain/model yang semakin menarik dan inovatif.

Rumah dan Gazebo Knock Down adalah produk andalan kami, terdapat berbagai pilihan type untuk rumah knock down yang kami tawarkan*, yaitu : Type 36, 41, 46, 47, 50, 70, 90, dll atau desain/ukuran lainya disesuaikan dengan keinginan Pembeli. Masing-masing ukuran/type rumah ini kami tawarkan dengan harga yang sangat terjangkau yaitu : Rp 1.600.000,-/m2 (Harga terpasang di Daerah Palembang dan sekitarnya)**.

Sedangkan untuk **Gazebo Knock Down** terdiri dari beberapa pilihan type, ukuran (2,5 x2,5 m) dan harga (Franco : Palembang)** yang kami tawarkan, adalah :

- Segi Empat = Rp 6.500.000,-
- Segi Enam = Rp 7.500.000,-
- Segi Delapan =Rp 8.500.000,-
- Segi Delapan (New Style) =Rp 9.500.000,-

Adapun bahan utama kayu rumah & gazebo yang digunakan terdiri :

- Kerangka : Kayu Puspa/Seru
- Lantai : Kayu Puspa/Seru
- Dinding : Kayu Meranti
- Renda Pagar : Kayu Durian
- Lis Plang : Kayu Durian/Medang

Rumah dan Gazebo ini dibuat dengan sistem knock down (bongkar-pasang) sehingga dapat memudahkan proses pemindahannya ke lokasi pembeli di manapun Anda berada.

* Kami juga menerima pemesanan bangunan kayu knock down apapun bentuknya, baik untuk : Pendopo, Restoran, Cottage, Bungalow, Villa, Kantor, Aula, Gudang, Saung, Rumah Tamu dengan desain tradisional maupun minimalis/modern.

** Apabila lokasi pemasangan di luar Palembang dan sekitarnya, maka harga bangunan akan ditambahkan biaya transportasi material dan pekerja serta akomodasi diperjalanan dan selama dilakukan pemasangan di lokasi.

Apabila anda berminat atau ingin mengetahui lebih jauh mengenai produk-produk yang kami tawarkan, maka anda dapat :

- Mengunjungi Web : www.rumah-knockdown.com, atau
- Menghubungi HOTLINE : 0812 580 2897

Marketing Agent :

Jabodetabek : Iswandi - 0815 1089 3662, Bandung : Niko - 0813 9434 7032, Cirebon : Agus - 0858 8589 9973, Semarang : Dr. Ari Pradhanawati, M.S. - 0816 658849, Madiun : Mayang - 0812 5937 3339, Bali : Nyoman - 0813 3895 9010, Padang : YAY - 0815 3513337

MELAJU DALAM HADANGAN MASALAH

Hidup akan selalu berhadapan dengan masalah. Mulai dari perkara sepele hingga masalah yang membutuhkan solusi besar. Masalah ini akan terus dinikmati setiap manusia hingga dia menemui ajal. Dari bangun tidur sampai tidur lagi, masalah akan memenuhi setiap detik kehidupan. Ambil contoh, ketika bangun pagi, orang biasanya membutuhkan pengganjal perut untuk sarapan. Bagi yang kondisinya kekurangan, ini adalah masalah. Namun, untuk orang yang berkecupan, masalah sarapan bisa ditangani dengan membeli dan memasak bahan makanan atau mengkonsumsi makanan siap saji.

Umumnya orang yang mampu mengatur tekanan hidup akan bersikap lebih dewasa dan lebih arif dalam menjalani hidup. Tapi orang yang tidak mampu keluar dari tekanan, hidupnya biasanya berjalan stagnan, mundur, atau bahkan hancur berkeping-keping seperti ban yang kelebihan tekanan.

Belum lagi untuk mengurusi kebutuhan pribadi dan rumah tangga. Orang akan bekerja seharian untuk mendapatkan nafkah. Waktu pribadi dikorbankan demi menjemput sesuap nasi. Masalah keuangan diselesaikan dengan bekerja. Namun, liku-liku pekerjaan pun sudah menanti sebagai masalah berikutnya yang mesti ditangani.

Segala masalah yang dihadapi setiap manusia setiap detiknya adalah kodrat yang harus dihadapi. Tidak ada masalah justru membuat orang menjadi kerdil. Masalah itu mendewasakan, selama Anda mempunyai komitmen untuk mencari solusinya. Semua kesulitan sebenarnya memberikan jalan bagi diri Anda untuk tumbuh dan berkembang.

Hanya saja, kadang orang akan menghadapi problematika yang memerlukan berpikir keras dan bertindak ekstra untuk mencari solusi. Tak jarang hidup orang tersebut akan penuh dengan tekanan. Apalagi, hidup di zaman modern ini menyuguhkan beragam risiko kehidupan. Karena, seringkali alam modern menyajikan perubahan yang cepat dan tidak jarang pula mengagetkan.

Hidup kadang tidak memberi banyak pilihan. Ada saatnya, harus menerima tekanan kehidupan berlebih. Persoalannya adalah bagaimana menyikapi tekanan itu. Ibarat sebuah ban, jika dipompa sesuai ukuran akan bagus untuk digunakan. Tapi, jika diberi tekanan angin berlebihan akan meledak. Satu hal yang tidak boleh dilupakan adalah jika ban itu tidak diberi tekanan berupa angin, maka ban tersebut tidak berguna.

Demikian juga hidup, tekanan bisa kita jadikan momentum untuk maju, walau selangkah demi selangkah. Umumnya orang yang mampu mengatur tekanan hidup akan bersikap lebih dewasa dan lebih arif dalam menjalani hidup. Tapi orang yang tidak mampu keluar dari tekanan, hidupnya biasanya berjalan stagnan, mundur, atau bahkan hancur berkeping-keping seperti ban yang kelebihan tekanan.

Tekanan yang dihadapi manusia dalam hidup dikelompokkan dalam tiga sumber. *Pertama,* tekanan oleh kejadian *katastrofik* yang terjadi tiba-tiba dan tidak terduga. *Kedua,* tekanan masa transisi terkait dengan tahapan perkembangan jiwa. *Ketiga,* tekanan berlanjut dalam hidup keseharian.

Dalam satu waktu, manusia akan sekaligus menghadapi ketiga kelompok sumber tekanan hidup dan kompleksitas *interrelasi* ketiganya. Yang harus digarisbawahi adalah tidak ada masalah kehidupan tunggal. Karena, setiap masalah biasanya merupakan akumulasi dari berbagai masalah terdahulu yang berlanjut dan diawali keberadaan salah satu sumber yang berkembang dan mengimbas pada kedua kelompok sumber masalah yang lain.

Setiap tekanan yang dialami seseorang itu sebenarnya akan membentuk watak, karakter, dan sekaligus menentukan reaksi orang itu di kemudian hari. Dan, sikap sesorang dalam menghadapi berbagai tekanan tersebut terbagi menjadi empat tipe.

1. Tipe kayu rapuh

Orang dengan tipe ini, menghadapi sedikit tekanan saja sudah membuatnya patah arang. Orang dengan tipe macam ini kesehariannya terlihat bagus. Tapi, dia sebenarnya rapuh sekali hatinya. Pada saat kesulitan mendatanginya, orang ini gampang sekali mengeluh. Kala sedikit kesulitan menjumpainya, orang ini langsung mengeluh, merasa tak berdaya, menangis, minta dikasihani, atau segera minta bantuan. Saran bagi tipe ini adalah perlu berlatih berpikiran positif dan berani menghadapi kenyataan hidup.

2. Tipe lempeng besi

Tipe ini biasanya mampu bertahan dalam tekanan pada awalnya. Namun, seperti layaknya besi, ketika situasi menekan itu semakin besar dan kompleks, dia mulai bengkok atau berubah arah dan tidak stabil. Begitulah yang dialami oleh orang-orang tipe ini. Mereka mampu menghadapi tekanan, tetapi tidak dalam kondisi berlarut-larut.

Tambahan tekanan sedikit saja, membuat mereka menyerah dan putus asa. Untungnya, orang tipe ini masih mau mencoba bertahan sebelum akhirnya menyerah. Tipe lempeng besi memang masih belum terlatih. Tapi, kalau mau berusaha, orang ini akan mampu membangun kesuksesan dalam hidupnya.

3. Tipe kapas

Dalam tipe kapas, seseorang akan cukup lentur dalam menghadapi tekanan. Saat tekanan tiba, orang mampu bersikap fleksibel. Cobalah Anda menekan sebongkah kapas. Ia akan mengikuti tekanan yang terjadi. Begitu pula bila Anda bertemu masalah, bersikap seperti kapas akan memudahkan Anda menemukan solusi.

4. Tipe bola pingpong

Inilah tipe yang ideal dan terhebat. Jangan sekali-kali menyepelekannya dengan menyuguhkan tekanan pada jenis orang-orang tipe ini. Karena, tekanan justru akan membuat mereka bekerja lebih giat, lebih termotivasi, dan lebih kreatif. Sesekali, perhatikanlah bola pingpong. Saat ditekan, justru ia memantuk ke atas dengan lebih dahsyat.

Ketika Anda menghadapi kesulitan, seperti apakah diri Anda? Bagaimana reaksi Anda? Tidak menjadi persoalan di mana posisi Anda saat ini. Tetapi, yang penting bergeraklah dari level tipe kayu rapuh ke tipe selanjutnya. Hingga akhirnya, bangun mental Anda hingga ke level bola pingpong. Saat itulah, kesulitan dan tantangan tidak lagi menjadi suatu yang mencemaskan untuk Anda. **(Ilham/berbagai sumber)**

Oleh: *Ustadz Abu Ahmad Zaenal Abidin bin Syamsuddin, Lc.*

AGAR ENJOY DALAM MENJALIN KERJASAMA

Bergaul dengan orang-orang sukses bisa menjadi salah satu sebab kesuksesan. Karena dengan mempelajari cara mereka berpikir, mengambil strategi, bertutur kata, dan bertindak merupakan sebuah pengalaman yang sangat berharga. Sementara pengalaman laksana kebun yang banyak tertanam buah kesuksesannya. Oleh karena itu, Imam Syafi'i menegaskan dalam syairnya: Apabila kamu bersahabat dengan seseorang, maka hendaklah dengan yang terbaik dan jangan berteman dengan yang celaka, sehingga ia akan mencelakakanmu.

Rekanan bisnis ibarat uang receh bila dihimpun dan dirawat dengan baik akan menjadi aset yang sangat bermanfaat. Tanda-tanda kegagalan bisnis adalah kurang telatennya menghimpun rekanan bisnis. Juga gagalnya dalam membangun kemitraan. Karenanya, membentuk kerja sama yang solid merupakan tulang punggung bisnis. Mari kita renungkan bagaimana gigihnya Rasulullah membangun kekuatan bisnis Khadijah dengan menjalin kerja sama bisnis hingga ke Syam.

Banyak para pengusaha kurang menyadari, bahwa keberhasilan bisnis terkait dengan terjalinnya kerja sama yang aktif dengan pihak lain. Bukan semata-mata kemampuan pribadi. Oleh sebab itu, kekuatan apapun--berbentuk bisnis, dakwah atau rumah tangga--tanpa adanya kerja sama yang bagus tidak akan mampu membuahkan hasil yang maksimal.

Nah, berikut ini sikap yang harus dihindari agar kerja sama bisnis terjalin erat dan kokoh:

Sikap Pamer Kehebatan

Hampir semua orang merasa tidak nyaman bila berhadapan dengan orang yang suka pamer kehebatan, suka menebar informasi fiktif tentang keunggulan dirinya dan senang mengumbar kelebihannya. Baik yang terkait dengan keahilan, keilmuan, kesalihan dan kekayaan, sehingga membuat orang yang mendengar timbul perasaan hasad. Maka Allah mengkisahkan watak kaum Ad yang pongah dalam firman-Nya:

Adapun kaum 'Aad, maka mereka menyombongkan diri di muka bumi tanpa alasan yang benar dan berkata, "Siapakah yang lebih besar kekuatannya dari kami?" dan apakah mereka itu tidak memperhatikan, bahwa Allah yang menciptakan mereka adalah lebih besar kekuatan-Nya daripada mereka? dan adalah mereka mengingkari tanda-tanda (kekuatan) kami. (QS. Fushshilaat: 15).

Suka memuji diri sendiri, merekomendasikan diri sebagai orang baik dan menganggap pribadinya sosok paling sempurna merupakan sikap kerdil, watak tercela dan sangat identik dengan kemunafikan. Bahkan bisa membahayakan karir, menjatuhkan martabat dan sangat bertentangan dengan sifat rendah hati. Seharusnya sebagai seorang pengusaha muslim, semakin tambah ilmu semakin tambah *tawadhu*, semakin tambah amal semakin tambah takut kepada Allah, semakin tambah umur semakin hilang rasa tamak kepada dunia, semakin tambah harta semakin dekat dengan kaum jelata dan semakin tinggi jabatannya semakin dekat dengan rakyat.

Khianat dalam Menjalin Kerjasama

Perilaku khianat sangat dibenci Islam, begitu pula dalam dunia bisnis. Khianat dalam dunia bisnis akan menghancurkan kerja sama bisnis yang telah dibinanya. Banyak sekali bentuk khianat dalam bisnis, di antaranya manipulasi data, manipulasi laporan dan lain-lain yang banyak kita temui dalam dunia bisnis. Di antara bentuk pengkhianatan adalah menyia-nyiakan amanah. Padahal sikap amanah adalah modal utama dalam menjalin kerja sama-- bisnis, berumah tangga, ataupun dakwah. Dengan sikap amanah kecurangan bisnis bisa dihindari, KDRT dan perselingkuhan bisa dicegah, karena masing-masing mengemban amanah dari Rabb-nya yang harus dipertanggungjawabkan, baik di dunia maupun akhirat. Menjaga amanah merupakan budi pekerti luhur dan inti dari seluruh keimanan. Rasulullah bersabda,

Tidak ada iman bagi orang yang tidak ada amanah. [1]

Sementara Allah mengancam pengkhianat dengan memberikan kepadanya ciri khusus, yaitu berupa bendera pada hari kiamat nanti, sebagaimana hadits dari Abdullah bin Umar. Rasulullah bersabda,

"Sesungguhnya pada hari kiamat Allah akan meletakkan pada pengkhianat sebuah bendera. Lalu dikatakan:"Ingatlah, inilah pengkhianatan si fulan. [2]

Khianat termasuk tanda-tanda orang munafik, sebagaimana sabda Rasulullah:

"Tanda orang munafik ada tiga; apabila berkata ia dusta, apabila berjanji ia mengingkari; dan apabila diberi amanah ia khianat." [3]

Maka, pengkhiatan terhadap rekan bisnis sekecil apapun akan berdampak pada lenyapnya kesetiaan dan goncangnya keharmonisan, pudarnya kemitraan, renggangnya persahabatan dan sirnanya keakraban.

Tidak Menghargai Mitra Bisnis

Suatu kelemahan yang tidak banyak disadari para pembisnis adalah kurang bisa menghargai dan mengakui kelebihan mitra bisnis, sehingga cenderung meremehkan dan tidak terjalin kerja sama yang sehat. Yang ada hanya persaingan kotor dan saling menjatuhkan mitra bisnisnya dengan menutupi kelebihan rekanan bisnis dan hasad dengan kenikmatan yang diberikan Allah kepada orang lain. Sikap tersebut sangat berbahaya dan bisa menimbulkan sikap ujub. Padahal Nabi bersabda,

Barangsiapa menganggap hebat terhadap dirinya dan angkuh cara berjalannya, maka ia bertemu Allah dalam keadaan dimurka oleh-Nya. [4]

Kebiasaan Mengulur Waktu

Kebiasaan mengulur waktu tanpa sebab akan menjadi kendala dan penghambat tumbuh kembangnya bisnis, serta mengoyak jalinan kerja sama dengan mitra bisnis. Bila Anda ingin sukses membangun mitra bisnis dan rekan kerja, maka disiplinlah dengan waktu.

Disiplin dalam menjaga waktu menjadi tanda kesuksesan dan terhidar dari kegagalan. Imam Syafi'i berkata, Setelah aku bergaul dengan orang shufi, maka aku tidak mengambil faedah kecuali dua hal. Pertama, waktu itu laksana pedang. Bila tidak kamu gunakan untuk memotong, maka kamu yang dipotong. Kedua, bila dirimu tidak kamu sibukkan dengan kebenaran, maka akan sibuk dengan kebatilan. [5]

Kebiasaan mengulur waktu akan merugikan diri, bisnis maupun rekan kerja. Bagaimana jadinya bila Anda harus memimpin rapat jam tujuh, sementara Anda memiliki sifat suka mengulur waktu dan baru sampai di tempat rapat jam 9? Dan itu terjadi secara tidak hanya sekali. Bagaimana sikap rekan kerja dan mitra bisnis Anda? Pasti akan sebal ke Anda bahkan bisa jadi memutuskan kerja sama.

Disiplin menjaga waktu merupakan senjata ampuh yang harus dimiliki setiap orang yang mau sukses. Untuk memiliki disiplin harus dibiasakan dan tidak jarang pula harus dipaksakan.

Banyak Bicara

Setiap persahabatan dan kemitraan selalu ada rahasia yang harus dijaga, sehingga kesetiaan dan keharmonisan terpelihara. Kebiasaan banyak bicara tidak menutup kemungkinan akan mengungkap rahasia–rahasia yang disepakati untuk disimpan, sehingga akan menghancurkan bisnis dan merenggangkan hubungan dengan mitra bisnis.

Setiap pengusaha muslim harus menjaga lisannya dari perkataan yang tidak berguna atau ucapan tidak bermanfaat. Perhatikanlah firman Allah:

Sesungguhnya beruntunglah orang-orang yang beriman, (yaitu) orang-orang yang khusuk dalam sholatnya dan orang-orang yang menjauhkan diri dari (perbuatan dan perkataan) yang tidak berguna. (QS. Al-Mukminun: 1-3)

Sikap seorang pengusaha muslim harus bisa melindungi mitra bisnisnya dengan menjaga rahasianya dan tidak membocorkannya kepada siapa pun.

Suka Mmemaksakan Kehendak

Sikap memaksakan kehendak baik dalam meminta dukungan atau persetujuan rekan kerja atau mitra bisnis akan membuat pihak-pihak tertentu gampang alergi dan tertekan bersanding dengan Anda. Maka, hentikan kebiasaan buruk tersebut.

Janganlah Anda dijauhi orang bukan karena segan dan hormat kepada Anda, namun karena gerah terhadap sikap Anda yang suka memaksakan kehendak kepada orang lain. Rasulullah dalam sabdanya menegaskan:

Sesungguhnya orang yang paling buruk kedudukannya di sisi Allah pada hari kiamat adalah orang yang ditinggalkan orang lain karena takut keburukannya. [6]

Untuk memperoleh dukungan, simpati ataupun persetujuan dari orang lain hendaknya dengan cara yang sehat. Misal, orasi yang ilmiah dan argumentasi yang sehat, sehingga mereka termotivasi untuk mendukung Anda. Karena motivasi itu ibarat makanan bergizi, bila disajikan dengan lauk disiplin, dikunyah dengan kerja keras dan keuletan, disantap tiap hari dengan porsi tepat, maka mental akan menjadi sehat dan hidup menjadi berkualias. Plus dukungan akan mengalir deras kepada Anda.

Bermuka Dua

Sikap bermuka dua tidak disukai oleh siapa pun, apalagi dalam dunia bisnis. Bersikap manis saat berhadapan dan menusuk dari belakang saat berpisah. Atau tampil lembut saat bersamaan, tapi siap menikam saat ada kesempatan. Terkadang tampil sangat hormat saat bertemu rekan bisnis, namun menertawakan bila di kejauhan. Orang yang bermuka dua adalah sosok penjilat dan bermuka manis. Di depan memuji-muji, namun di tempat lain mencaci maki dan membongkar seluruh aib dan kelemahan.

Demikianlah orang yang bermuka dua yang telah ditegaskan Rasulullah dalam sabdanya:

Kamu temukan, bahwa orang yang paling buruk pada hari kiamat di sisi Allah adalah orang yang bermuka dua, bertemu dengan orang dengan wajah lain dan bertemu dengan orang lain dengan wajah yang lainnya. [7]

Dalam persahabatan atau bermitra dibutuhkan kejujuran, keterbukaan dan dalam berinteraksi tidak lepas dari etika dan adab. Karena sikap menghalalkan segala cara hanyalah cara orang-orang jahat untuk sampai pada tujuan.

[1]. Hasan diriwayatkan Imam Ahmad dalam *Musnad*-nya (12324, 12505, 13132 dan 13571) dan Imam al-Baghawi dalam *Syarhus Sunnah* (38), 1/ 74-75 dan beliau mengatakan hadits ini hasan.
[2]. *Shahih Muslim.*
[3]. Shahih diriwayatkan Imam Bukhari dalam *Shahih*-nya (33, 2682, 2749, dan 6095) dan Imam Muslim dalam *Shahih*-nya (107).
[4]. Shahih dishahihkan Syaikh Al-Albani, periksa dalam *Shahihul Jami'* (6157).
[5]. Lihat *Ad-Da'u wad Dawa'*, Ibnu Qayyim, hal.239.
[6]. Shahih dikeluarkan Imam Bukhari dalam *Shahih*-nya (6032) dan Imam Muslim dalam *Shahih*-nya (2591)
[7]. Shahih diriwayatkan Imam Bukhari dalam *Shahih*-nya (6058) dan Imam Muslim dalam *Shahih*-nya (2526)

GROSIR & ECERAN

LAYANAN PRODUK LEWAT E-mail :
fathimah_herbal@yahoo.co.id

Fathimah Herbal's

Pusat Thibbun Nabawi, Madu, dan produk kesehatan.

- BELANJA DI FATHIMAH HERBAL'S
  LEBIH HEMAT HARGANYA,
  LEBIH LENGKAP BARANGNYA,
  DAN LEBIH CEPAT PENGIRIMANNYA

Diskon s/d 50 %

- Anda ingin MEMPUNYAI TOKO OBAT HERBAL,
  dan ingin menambah INCOME lebih
  dan berkembang terus USAHA anda?

- Dibuka Kesempatan Agen untuk :
  Daerah Aceh, Medan, Palembang, Bandung, Surabaya, NTB, NTT, Bali, Ambon, Balikpapan, dan kota-kota besar lainnya

Mau Jadi Agen ??
Bergabunglah bersama kami !!

Jahe Merah
Isi 10 sachet
Rp. 12.000,-

Sari Kurma An-Najwa
Rp.35.000,-
DINKES : P.IRT No. 214327601237

Minyak Habbatussauda' Halwayah
30 ml Rp. 20.000,-
60 ml Rp. 35.000,-
80 ml Rp. 45.000,-

Siwak F :
Sensitive 120 gr Rp. 21.000,-
Whitening 120 gr Rp.21.000,-
Biru biasa 80 gr Rp. 14.000,-
Junior Double 50 gr Rp. 14.000,-

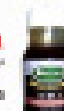
Serbuk kurma muda
packed in saudi
(penyubur kandungan)
Rp. 60.000,-

Alfafit Rp. 55.000,-
Keladi Tikus Rp. 55.000,-
(Obat kanker & tumor)

Madu Hutan Super Riau Hanifah, 1 kg Rp. 65.000,-
0.5 kg Rp. 36.000,-
DINKES : P.IRT No. 209.327.603.217

Habbatussauda' cap Kurma Ajwa
Isi 210 Rp. 40.000,-
Isi 120 Rp. 25.000,-
Isi 100 Rp. 20.000,-

Habbat's Kids Honey
Rp. 22.000,-

Minyak Zaitun hanifah
Asli Tursina 60ml
Rp.14.000,-
DINKES P.IRT No.207.327.605.217

Ramuan Herba Nabi 4 in 1
Madu murni - Habbatussauda'
Zaitun + Sari Kurma
850 gr, Rp. 40.000

Sekar Malam
Rp. 150.000,-

Kopi Arab
Habbat's Café (5 Sachet)
Rp. 9.000,-

Ratu Langsing Rp.50.000,-
Ya Slim Rp. 85.000,-
POM.TR.093302731

Spirulina Kids Honey Rp. 22.000,-
Walad Honey Rp. 22.000,-

Propolis Diamond, Rp. 125.000,-

Susu kambing
ETTAWA Al-Hijaz
Rp. 45.000,-
3 Pilihan Rasa :
Coklat, Jahe, Murni

Syifa 3in1 Rp. 40.000,-
Madu,minyak habbat,
Minyak zaitun
DINKES : P.IRT No. 209327601227

Madu bunga Habbat
Al-Misri Rp.47.000,-

Purstik Rp. 35.000,-
POM.TR.093302721

Madu hutan Ar-Rayan Super
1 kg Rp. 65.000,-, 0,5 kg Rp. 36.000,-
DINKES : PIRT. No.209327601123

Sari kurma Sahara, Rp. 22.000,-
Sari Kurma Sahira, Rp. 22.000,-
Sari Kurma Jazira, Rp. 22.000,-

Vit Kids Almina 250 gr, Rp. 35.000,-
Vit Kids Almina 125 gr, Rp. 19.500,-
Madu Jinten Almina 380 gr, Rp. 47.500,-

Fathimah Herbal's : Jl. Raya Tanah Baru
Rt 04/07 No.46, Pertigaan Ciganjur-Depok 16426
(Samping Alfamart Tanah Baru)

LAYANAN MENJADI AGEN
Hubungi : Hp. 0812 1814 1090

Pembayaran melalui :
Rek. Mandiri 1390007912987 ,
SHAR-E Muamalat 9165744299
(Semua Atas nama : Riyanto)

FANTASTISNYA BETERNAK KAMBING ETAWA

Cintailah hobi Anda! Sebab, siapa tahu hobi tersebut menjadi sumber penghidupan. Artinya, hobi itu akan menjadi ladang pendulang uang. Inilah yang juga menjadi satu kesimpulan dari apa yang telah dilakukan Bondan Danu Kusuma. Pria asal Yogyakarta ini telah menjadikan hobi sebagai modalitas berbisnis yang menguntungkan. Dalam satu kesempatan, Bondan mengisahkan bahwa bisnis yang kini digelutinya bermula dari kegemarannya memelihara kambing jenis etawa (*Capra entawa*) sejak SMA.

Kala itu Bondan hanya memiliki tujuh ekor kambing. Namun, seiring dengan berjalannya waktu kegemaran tersebut justru memberi inspirasi padanya untuk menjajal membisniskan kambing tersebut. Terbukti, jumlah kambing etawa yang dimilikinya meningkat menjadi 300-an. Aspek bisnis ini bukan saja dilihat dari hasil penjualan kambingnya saja. Namun, juga dari susu hingga kotorannya. "Bisnis ini sangat menguntungkan dan masih prospektif," paparnya.

Bisa dibayangkan, untuk harga kambing *grade* A usia 2 bulan, misalnya, dihargai Rp 6,5 juta dan yang berumur 6 bulan bisa menyentuh angka Rp 15 juta. Sementara untuk nilai jual susunya, per liter berharga Rp 30.000,00. Urinnya bisa dijual seharga Rp 1.500,00 per liter. Adapun kotorannya dibandrol Rp 15.000,00 per sak. Fantastik bukan?

Dari sisi fisik, kambing etawa memiliki ciri khas yang unik. Bentuk mukanya cenderung cembung dan bertelinga menggelambir. Kambing yang memiliki tinggi rata-rata 90-110 cm ini, bertanduk panjang serta berbadan ramping. Untuk warna bulu beragam. Belang putih, merah coklat, bercak hitam atau kombinasi ketiganya. Satu lagi cirinya yang lain ialah di bagian belakang terdapat bulu lebat dan panjang. Tak pelak dengan sederetan keunikan tersebut menjadikan kambing ini banyak diburu orang. Rata-rata mereka lebih suka untuk mengoleksinya. Atau ada juga yang mengikutkan kontes. Meski pada akhirnya, tak jarang yang membisniskan kambing ini.

Di negara asalnya, India, kambing ini disebut Jumnapara. Hewan ini dibawa ke Indonesia pada zaman Bung Karno lalu dikembangbiakkan di Kaligesing, Purworejo, Jawa Tengah. Etawa lalu dikawinsilangkan dengan kambing jenis lokal. Kambing peranakan etawa asli Kaligesing ini telah tersebar ke Kulonprogo, Kendal, hingga Sidoarjo Jawa Timur.

Untuk soal pembibitan atau *breeding*, Bondan memilih Condong Catur, Sleman, Yogyakarta sebagai tempatnya. Dengan 50 ekor indukan sebagai awalan untuk berternak. Untuk pembibitan, harus dipilih indukan yang terbaik. Sebab, dengan indukan yang terpilih tersebut akan dihasilkan anak bibit yang unggul. *Grade* A super istilahnya. "Khusus pembibitan harus dipilih. Mulai dari tulang, cunong atau nonongnya, hingga bulu," papar Bondan.

Nah, berbicara soal kualitas kambing etawa koleksi Bondan bukan sembarangan. Pejantan miliknya sempat menyabet juara III tingat Jawa Tengah dan yang betina juara I tingkat Yogyakarta. Kualitas kambing untuk *breeding* yang tidak sembarangan inilah yang menjadikan kambingnya banyak dicari orang. Bahkan, kebanyakan pembeli dari Malaysia. "Bukan berarti sombong, koleksi kambing *breeding* saya terbaik se-Indonesia," ungkap Bondan bangga. Pernah Bondan menolak tawaran terhadap satu ekor kambingnya yang jantan. Padahal nilai tawar telah mencapai angka Rp 30 juta.

Khusus untuk kambing etawa *grade* A adalah berjidat hitam, tulang besar, ekor yang indah, serta telinga sepanjang 30 cm. Sayangnya untuk

mendapatkan kambing berkualitas sesuai ciri tersebut bukan persoalan mudah. Misal, dari 16 anak kambing yang berasal dari 8 induk, belum tentu ada yang kualitasnya bagus. Malah, kadang mesti menunggu dua bulan.

Selain melakukan pembibitan, lulusan Universitas Islam Indonesia (UII) ini juga mengelola bisnis susu kambing. Untuk bisnis ini Bondan memiliki 250 kambing perah yang dia kembangkan di Kaligesing, Purworejo, Jawa Tengah. Melihat potensi bisnis yang kian berkembang, Bondan tak mau mengambil risiko. Maka, dia pun menjalin kerjasama dengan masyarakat sekitar. Dengan sistem plasma, Bondan ingin mengajak masyarakat bekerjasama dengan saling menguntungkan. "Sistem plasma ada dua. Yakni, pertama, perawatan kambing hamil lalu setelah melahirkan anak kambingnya diserahkan ke saya. Kedua, hanya memerah susu. Di mana susu hasil perahannya disetorkan ke saya," kata Bondan yang memiliki plasma sekitar 20.

Dari bisnis susu, rata-rata tiap kambing bisa menghasilkan 2 liter per hari. Dengan pemerahan pagi dan sore. "Total, produksi susu per hari mencapai 30-40 liter," ujar Bondan yang penghasilannya per bulan Rp 50 juta. Lantas, bagaimana dengan kotorannya? Untuk kotorannya, diolah dengan mesin giling untuk diproduksi menjadi pupuk. Sementara untuk urinnya, dibeli para mahasiswa untuk kebutuhan riset dan keperluan fermentasi produk-produk probiotik. Selain itu, Bondan melengkapi bisnisnya dengan menawarkan jasa mengawinkan kambing. Untuk jasa ini dikenakan biaya Rp 50-100 ribu tergantung jenisnya.

Asal tahu saja, untuk memenuhi permintaan pasar, khususnya produk susu, Bondan merasa kewalahan. Ini dibuktikan dengan penolakan terhadap permintaan pasar dari Surabaya yang menginginkan pengiriman 15 liter per hari. Pria yang tinggal di Condong Catur, Sleman, Yogyakarta ini mengaku konsumen rata-rata adalah orang sakit dan kalangan berduit. "Memang, pada dasarnya susu kambing etawa adalah obat," ucap koordinator humas di Asosiasi Peternak Kambing Etawa Sleman ini.

Berbicara soal hambatan berternak kambing etawa, Bondan menilai pada prinsipnya sangat mudah. Jika ada hambatan tak begitu berat. Cukup menyediakan rumput gajah dan rajin mengkontrol kesehatannya. Penyakit kembung adalah yang sering menyerang. Cukup disuntik, maka kambing akan sembuh. Kalau pun ada kambing yang mati, biasanya lantaran salah makan. Misal, memakan daun ketela muda yang mengandung sianida. "Daun itu mengandung racun yang bisa menyebabkan kambing mati," Bondan menjelaskan.

Bagi Anda yang tertarik pengembangbiakan kambing ini, dalam arti sebagai peternak pemula, sebaiknya menyediakan satu pejantan dan 10 betina. "Kalau tidak begitu justru rugi. Sebab, pejantan hanya dipakai lima bulan sekali untuk mengawinkan," jelas Bondan. Masa kehamilan etawa lima bulan dan waktu menyusui tiga bulan. Kambing baru siap diperjualbelikan pada usia 5 bulan dengan kisaran harga Rp 1,5 juta. Harga ini terpaut jauh dengan kambing etawa *grade* A yang telah menyentuh angka Rp 15 juta per ekor. Susunya juga bisa diperah tiap hari. Dengan angka penjualan yang fantastis ini, Bondan mengaku cukup butuh satu tahun sudah pasti *Break Even Point* (BEP) alias balik modal.

Berbincang soal promosi, Bondan menjajal semua cara. Mulai dari beriklan di media, membuta leaflet dan brosur hingga berpromosi di dunia maya melalui blog kambing etawa. "Saya mencoba berbisnis secara profesional. Jadi, tidak usah membawa kambing saat bertransaksi. Cukup via internet atau *multimedia messege service* (MMS)," pungkasnya. **(Ilham/Danang)**

Tips Beternak Etawa

Sebelum Anda berbisnis beternak kambing etawa, sebaiknya Anda melakukan persiapan sebagai berikut:

1. Pastikan Ketersediaan Pakan

Berapa pun rencana skala bisnis peternakan Anda, ketersediaan pakan sangat penting. Dan pakan berupa rumput gajah adalah sangat mudah untuk dicari. Selain pakan pokok berupa hijauan idealnya pakan kambing tidak satu macam saja. Namun, mesti ada pakan cadangan. Yakni, dedak, jagung, ampas tahu, bungkil kacang tanah, kulit kedelai atau campuran pakan tersebut. Jumlahnya tidak harus banyak, tapi upayakan diberikan tiap hari agar hewan tidak kekurangan mineral atau protein.

2. Pembuatan Kandang

Pembuatan kandang harus memperhatikan kualitas. Agar kambing merasa nyaman. Karenanya mesti dibuat dari bahan yang awet dan tahan lama. Terutama pada lantai tempat pijakan kambing. Kandang baiknya dibuat dengan model panggung dan lantainya dibuat miring agar kotoran kambing mudah dibersihkan. Juga untuk mempermudah penampungan urin.

3. Memilih Induk

Tahap yang paling menentukan adalah memilih induk kambing. Ini penting. Sebab, jika salah memilih dikhawatirkan akan menanggung rugi. Memilih jenis indukan yang tepat akan menentukan kualitas keturunan. Berikut beberapa kriteria dalam menentukan indukan yang berkualitas:

a. Warna harus hitam

Hitam warna sangat favorit dalam kambing etawa. Terlebih pola hitam yang berada tepat di bagian kepala.

b. Telinga tipis, panjang, dan harus ke bawah

Telinga tipis dan panjang merupakan syarat wajib calon induk. Baik induk jantan maupun betina. Telinga mesti terkesan jatuh ke bawah dengan ujung pangkal telinga tidak boleh ada patahan. Juga tidak boleh melebar ke bawah.

c. Faktor pelengkap lain

Di antaranya, kaki atau tulangan yang besar dan kokoh, kulit tebal, ekor melengkung ke atas, bulu ekor lebat, mata cerah, tanduk simetris ke belakang, serta memiliki cekungan besar pada hidung kambing.

KULINER JAMUR
YANG KIAN MENGGIURKAN

Jamur telah lama dikenal sebagai pangan maupun obat sejak 3000-an tahun silam. Di Mesir, sebelum dikonsumsi masyarakat umum, jamur sebagai menu khusus bagi sang raja. Sementara di Cina, jamur telah dikembangkan sebagai obat, yang dimulai sejak pertengahan abad ke-17. Tak pelak jika Cina menjadi pemasok terbesar kebutuhan jamur dunia. Baik sebagai obat-obatan maupun untuk dikonsumsi.

Angka konsumsi jamur diberbagai negara yang meningkat bukanlah hal yang mengherankan. Sebab, jamur selain sebagai obat, jamur merupakan salah satu bahan makanan yang bergizi tinggi nonkolesterol. Dari hasil penelitian, rata-rata jamur mengandung 14-35% protein, kalori sebesar 100kj/100 gram dan 72% lemaknya tidak jenuh. Asam amino esensial bagi tubuh yang terdapat pada jamur ada 9 jenis dari 20 asam amino yang dikenal. Yaitu, *lysine, methionin, trytophan, theonin, valin, leusin, isoleusin, histidin,* dan *phenilalanin.* Jamur pun syarat vitamin B1 *(thiamine)*, B2 *(riboflamin)*, *niasin, biotin,* dan mengandung berbagai jenis mineral. Seperti, K, P, Fe, Ca, Na, Mg, Mn, Zn, dan Cu.

Kandungan protein, mineral dan beragam vitamin tersebut, tentu menjadikan jamur aman dan layak untuk dikonsumsi. Tak mengherankan jika konsumsi jamur makin meningkat. Terlebih dewasa ini, wisata kuliner, khususnya jamur semakin menggejala. Kepiawaian orang membuat menu makanan berbahan dasar dari jamur semakin banyak. Belum lagi dari sisi produksi atau budi daya, tampaknya menjadi bisnis yang menjanjikan. Sayangnya, disaat kebutuhan pasar terhadap jamur makin tinggi, belum diimbangi dengan kapasitas produksi. Pasar seakan-akan tak seimbangan. Antara *supply* dan *demand* belum proporsional.

Potensi kuliner dari jamur bisa dibilang sangat besar. Sebagai contoh, apa yang dilakukan Nur Cholis Imam H dari Surabaya, Jawa Timur. Bersama temannya, Tririan Ariyanto, ia mengolah jamur tiram menjadi cemilan ringan. Dengan modal bersama sebesar Rp 35 juta, mereka membeli aneka peralatan masak lengkap, bahan baku, serta sewa stan di Tunjungan Plaza, Surabaya. Usaha patungan mereka dinamai Mushroom Factory.

Jenis jamur tiram-lah yang mereka pilih untuk dijadikan cemilan yang digoreng dengan tepung. Bunyi yang kemeripik dan renyah terasa semakin gurih saat disajikan dengan saus dan bumbu khusus. Ada dua pilihan rasa, yakni original dan tasty. Rasa original mengandalkan saus sambal dan mayonaise, sedangkan rasa tasty menggunakan keju, bumbu barbeque, dan sambal tabur. Cemilan ini dibanderol dengan harga Rp 10.000,00 per porsi.

Meski terbilang baru, peminat cemilan olahan Cholis dan Tririan lumayan banyak. Buktinya, mereka telah membuka cabang di sembilan pusat perbelanjaan besar di Surabaya. Seperti, di Maspion Square, Pasar Atom Mall, Giwalk, dan Pakuwon City.

Dalam sebulan, omsetnya bisa Rp 100 juta. Soal bahan baku sebulan, menghabiskan 1,8 ton jamur tiram segar. Tak heran bila ia lantas bekerjasama dengan sekitar 30 petani jamur di Surabaya.

Pasar yang positif itulah yang mendorong Cholis mewaralabakan usahanya terhitung sejak November 2009. Untuk menjadi terwaralaba, ia mematok biaya sebesar Rp 35 juta. Terwaralaba akan akan mendapatkan

stan lengkap peralatan masak dan bahan baku awal. Sedangkan ongkos sewa tempat ditanggung terwaralaba. Tak ada *franchise fee* yang dibebankan kepada terwaralaba. Namun, tiap bulan terwaralaba dipungut *royalty fee* sebesar 5% dari omset bulanan. Dalam perhitungan, jika terwaralaba bisa menjual minimal 40 porsi sehari, ia akan balik modal dalam waktu 11 bulan.

Keberhasilan dua pengusaha tersebut dalam membawa jamur menjadi makanan "berkelas" tentu patut diacungi jempol. Berinovasi dan berkreasi dengan hasil kekayaan sumber nabati yamg banyak tumbuh di Indoensia. Anda pun sebenarnya memiliki kesempatan dan peluang yang sama. Mengingat sejauh ini belum cukup banyak orang yang menekuni kuliner bisnis berbasis jamur.

Jika kedua pengusaha asal Surabaya, Jawa Timur tersebut mengolah jamur dalam bentuk digoreng garing berbalut tepung, lain lagi yang dilakukan Widodo. Pria asal Desa Maron, Temanggung, Jawa Tengah ini mencicipi bisnis bakso yang berbahan dasar dari jamur. Ini terbilang unik, ketika banyak di antara penjual bakso yang menawarkan keju, sosis, dan yang lain sebagai daya tariknya. Bakso keju maupun sosis diyakini mengandung kolesterol cukup tinggi. Anehnya, sebagian besar banyak pedagang bakso menjajakannya. Sementara, bakso jamur Pak Widodo, malah berkhasiat menurunkan kadar kolesterol.

Namun, tak disangka bakso jamur ini lama-kelamaan banyak peminatnya. Sebab, bakso jamur ini diketahui mempunyai manfaat untuk kesehatan. Soal rasa? Tak kalah nikmatnya dengan bakso yang dijual kebanyakan. Jamur yang dijadikan bahan bakso adalah jenis jamur kuping, lingsi dan jamur tiram putih. Untuk penyajiannya hampir sama dengan bakso yang dijual di pasaran. Dihidangkan bersamaan dengan mie, seledri dan kuah yang gurih dengan rasa kaldu yang tajam. Untuk dapat menikmati semangkok bakso jamur yang menyehatkan plus yang lezat ini tidaklah mahal. Cukup dengan Rp 5000,00.

Di samping itu, tentu masih banyak lagi varian menu atau masakan yang bisa diciptakan dari bahan jamur. Dan sekali lagi Anda pun masih memiliki kesempatan serupa. Mengikuti mereka yang tengah mereguk kesuksesan dalam memanfaatkan jamur. Baik sebagai pembudidaya ataupun sebagai pengolah untuk masakan.

Untuk memperkuat alasan kenapa Anda patut menekuni bisnis kuliner jamur ini, tentu Anda wajib tahu kandungan vitamin, mineral, protein yang ada dalam jamur. Termasuk khasiatnya. Sebab, selain mantab untuk disantap, jamur juga berkhasiat mengobati beberapa jenis penyakit. Misal, sebagai antibakteri, antivirus, antioksidan, antitumor, menormalkan tekanan darah, menurunkan kolesterol, meningkatkan kekebalan tubuh, menguatkan syaraf dan dapat untuk mengurangi stres. Tentu untuk jenis jamur tertentu. Dan berikut beberapa contoh jamur yang layak dikonsumsi dengan alasan kesehatan dan kelezatannya.

Jamur Shitake

Shitake juga dikenal sebagai bahan pangan yang mempunyai potensi sebagai obat. Jamur ini dilaporkan mempunyai potensi sebagai antitumor dan antivirus karena mengandung senyawa polisakarida yang dikenal dengan sebutan lentinan. Shitake juga dapat menurunkan kadar kolesterol darah dengan aktivitas eritadenin yang dimilikinya. Kandungan asam glutamat pada Shitake cukup tinggi. Asam amino tersebut berhubungan dengan cita rasa yang ditimbulkan sebagai penyedap makanan. Selain mempunyai kandungan asam glutamat yang tinggi, Shitake juga mengandung 5 ribu nukleotida dalam jumlah besar 156,5 mg/100 gram.

Jamur Maitake

Khasiat Maitake diduga berasal dari unsur kimia bernama Polisakarida Beta 1.6 Glukan, yang terdapat di dalam jamur. Unsur ini, yang kemudian dianggap membedakan jamur Maitake dengan jamur jenis lainnya. Jamur Maitake juga mulai digunakan sebagai alternatif penyembuh untuk infeksi HIV/AIDS. Konsep dasarnya merupakan penumbuhan kembali sel CD4 pada para penderita, yang memang diketahui berkurang. Dalam sebuah percobaan terakhir di New York, Amerika terhadap 26 penderita AIDS, 13 penderita ternyata mengalami peningkatan sel CD 4 dengan pesat. Maitake juga turut menghilangkan gejala-gejala AIDS, seperti batuk kering, insomania, dermatitis, penurunan berat badan, dan sembelit.

Jamur Merang

Berwarna cokelat muda, biasanya tumbuh pada jerami padi atau merang. Jamur merang mengandung protein, zat besi, lemak, seng, beberapa asam amino, dan kaya vitamin C. Jamur ini juga berkhasiat mengurangi tekanan darah tinggi dan menurunkan kadar kolesterol dalam darah. Teksturnya yang lembut cocok sekali diolah dalam masakan sup, cah/tumisan, pepes/kukus, dan hidangan yang dipanggang.

Jamur Enoki

Jamur Enoki sangat bernilai di Asia dan menjadi pendatang baru di pasar jamur komersial. Jamur ini memiliki kandungan gizi dan vitamin tinggi, antara lain vitamin B1, B2, dan E. Berkhasiat membantu menurunkan kadar kolesterol dalam darah, mencegah tekanan darah tinggi, dan penyumbatan pembuluh darah.

Jamur Kuping

Jamur ini memiliki khasiat menurunkan darah tinggi/pembuluh darah mengeras akibat penggumpalan darah. Bisa juga untuk mengobati sakit wasir/ambeian, datang bulan tidak lancar, serta memperlancar buang air besar. Jamur kuping ini bisa dimasak bersama bahan-bahan lain, seperti sayuran.

Jamur Abalone

Jamur ini memiliki tekstur agak keras, tapi kaya vitamin B1 dan C, juga dapat meningkatkan sistem kekebalan tubuh, serta dapat mencegah penyakit kanker. Teksturnya seperti daging dan mudah dibuat aneka masakan favorit keluarga. **(Herbayu/Ilham/berbagai sumber)**

DAWET 71
ASLI YOGYAKARTA
ENAK DIRASA COCOK UNTUK USAHA

Siapa di tanah air ini yang tak kenal dengan minuman cendol? Mulai dari ujung barat hingga timur Pulau Jawa, minuman ini menjadi ciri khas dengan cita rasanya masing-masing. Sebut saja cendol alias dawet Banjarnegara, Ponorogo, hingga cendol Bandung. Tak ayal, minuman ini pun dikemas lebih eksklusif dan dibungkus menjadi sebuah bisnis yang menjanjikan. Tak lagi hanya dijual oleh pedagang keliling.

Dawet merupakan salah satu minuman tradisional Jawa yang masih bertahan dari serbuan minuman moderen, terutama berlabel luar negeri. Dari berbagai macam dawet yang dijajakan di pinggir jalan, mayoritas konsumen lebih mengenal dawet Banjarnegara, dengan bermacam embel-embel nama. Tapi, Dawet 71 (baca Tuju Satu) asli Yogyakarta tak kalah nikmat dibanding Dawet Banjarnegara, karena memiliki kekhasan tersendiri. Bahkan, Dawet 71 ini sudah dikembangkan dalam bentuk waralaba. Minuman dawet ini dirintis Fathurachman, warga asli Yogyakarta. Nama 71 merupakan singkatan dari Bermutu Juara Teruji. Minuman ini menyajikan kekhasan tradisional dawet asli, dengan varian rasa pandan dan nangka. Untuk rasa maupun penyajiannya hasil kombinasi tiga macam dawet, yakni dari Jabar, Jateng dan Jatim.

Dawet 71 diformulasikan secara alami tanpa bahan pengawet, pemanis buatan, flavour, maupun pewarna buatan. Semuanya serba alami dan diproses secara higienis. Sehingga kelezatan yang ditawarkan benar-benar sehat. "Penyajiannya ditambah ketan hitam, membuat semakin nikmat tanpa khawatir berdampak buruk bagi kesehatan," ungkap Faturachman, di gerai Dawet 71 miliknya, Manukan, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Fatur, demikian sapaan akrabnya, mengawali berjualan dawet pada 2006 secara konvensional (belum waralaba). Outletnya waktu itu masih sangat sederhana, menggunakan gerobak bekas mi ayam, pemberian temannya. Modal awal Rp 30 ribu hanya cukup untuk berbelanja bahan dawet sekitar 20 porsi. Awalnya hanya dawet biasa berupa santan kelapa, gula jawa, dan cendol. Dalam perjalanan usahanya, dia mencoba meracik dan mengkombinasikan beberapa macam dawet, hingga akhirnya ditemukan bentuk dawet khas Dawet 71 seperti sekarang. Sejak saat itu, usahanya berkembang pesat. Cukup dengan Rp 2.000,00, konsumen sudah dapat merasakan kesegaran dan kelezatan Dawet 71.

Jualan Dawet71 bisa dilakukan di pinggir jalan atau tempat yang strategis dengan bentuk kaki lima (menggunakan gerobak). Peralatan yang digunakan berupa gerobak, meja kursi sederhana/ tradisional dengan tenaga pelayan minimal satu orang atau idealnya dua orang: satu sebagai pelayan pembeli dan satu sebagai peramu dawet. Pelayanan bisa dilakukan di tempat penjualan, untuk itu disediakan gelas secukupnya di samping bisa juga melayani pembelian untuk dibawa pulang dengan fasilitas plastik bungkus yang layak.

Bagaimana Bentuk Investasinya?

Dawet71 menawarkan dua pilihan bentuk investasi, yaitu sebagai Mitra Usaha atau Spesial Agen. Mitra Usaha adalah Anda pemilik outlet Dawet 71 yang berinvestasi sebesar Rp 3.500.000,00 (untuk wilayah Yogyakarta) dan Rp 4.500.000,00 (untuk di luar wilayah Yogyakarta) dengan kontrak selama dua tahun. Mitra Usaha akan mendapatkan satu unit gerobak dan peralatan penjualan lengkap, uniform, training pengolahan bahan, subsidi bahan baku selama tujuh hari selama masa promosi berlaku.

Spesial Agen adalah Anda pemilik/pengelola outlet Dawet 71 pada suatu wilayah tertentu yang berinvestasi Rp 15.000.000,00 (untuk wilayah Yogyakarta) dan Rp 20.000.000,00 (untuk luar wilayah Yogyakarta) dengan kontrak selama empat tahun. Spesial Agen akan mendapatkan: dua unit outlet lengkap, training pengolahan bahan, subsidi bahan selama tujuh hari, *joining fee franchise* bagi outlet baru di wilayahnya sebesar Rp 500.000,00 untuk satu outlet atau pemesan, *royalti fee* sebesar 3% dari omset kotor setiap outlet yang menjadi binaannya.

Hingga kini sudah lebih dari 30 outlet yang tersebar di Yogyakarta maupun luar Yogyakarta.

Syarat dan Ketentuan:

Dawet71 menyodorkan syarat dan ketentuan kepada pihak-pihak yang tertarik untuk mengikuti bisnis waralabanya. Syarat dan ketentuan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Mengajukan permohonan (mengisi form) mitra bisnis Dawet71
2. Bersedia diwawancarai
3. Memiliki dana cukup untuk investasi menjadi mitra
4. Bersedia menjalankan usaha dengan penuh tanggung jawab, semangat, dan komitmen yang tinggi
5. Memiliki lokasi strategis untuk berjualan
6. Mempersiapkan karyawan untuk ditraining
7. Melaksanakan dan menaati sistem operasional yang telah ditetapkan oleh Manajemen Dawet71.

Keuntungan investasi Dawet 71

1. Investasi yang rendah namun memiliki imbal-hasil *(rate of returns)* yang tinggi
2. Jangka waktu pengembalian modal relatif pendek.
3. Produk yang memiliki keunggulan spesifik dibanding produk lain sejenis, yaitu tanpa pemanis buatan, tanpa pewarna sehingga memiliki brand name dan *brand equity* yang tinggi.
4. Sifat kegiatan produksi dan penjualan dawet 71 adalah sederhana dan tidak rumit.
5. Berhak atas *royalti fee* sebesar 3 % dari omset kotor setiap bulan pada masing-masing outlet diwilayah tersebut (khusus agen/tidak untuk mitra usaha).
6. Keuntungan dari bahan baku cendol dan gula jawa (khusus agen).
7. Keuntungan dari selisih Paket Investasi Dawet 71.

Nah, yang berminat untuk menyediakan minuman segar, gurih dan harum bisa menghubungi pengelola Dawet71 langsung di Jalan Arwana 28 Minomartani, Sleman, Yogyakarta. Sebelumnya bisa kontak awal lewat nomor kantor 081904249222 atau 0274884770 atau ke bagian pemasaran: 087839951457/08156892729, surat menyurat bisa dialamatkan ke dawet71@yahoo.com atau kontak pribadi ke rohman di azfa_de@yahoo.com. **(Arfm)**

Oleh: *Ustadz Muhammad Wasitho, Lc.*

BEKAL-BEKAL KEIMANAN BAGI PENGUSAHA MUSLIM

Iman dan amal adalah dua perkara prinsip yang saling terikat antara satu dan lainnya sebagaimana ruh dan jasad. Di dalam Al-Quran didapatkan lafazh iman yang dikaitkan dengan amal shalih lebih dari 200 kali penyebutan. Hasan Al-Bashri mendefinisikan iman dengan "Apa yang telah menetap dalam hati manusia, kemudian dibenarkan dengan perbuatan." Al-Auza'i berkata, "Dahulu para ulama salaf (maksudnya para sahabat, penrj.) tidak membedakan antara iman dan amal." (Fathul Bari, karya Ibnu Hajar Al-Asqalani I/5).

Dengan demikian, iman merupakan faktor penting yang akan menggerakkan semua bentuk aktivitas manusia. Dari sini nampak adanya urgensi untuk menggabungkan antara iman dan amal shalih bagi para pengusaha muslim. Berikut ini kami akan sebutkan beberapa prinsip keimanan yang semestinya diketahui dan diamalkan oleh setiap pengusaha muslim.

Menghadirkan niat yang baik dalam bekerja

Niat adalah ruh bagi setiap amal, inti dan pondasinya. Suatu amal akan selalu mengikutinya. Jika niatnya benar, maka amalnya pun benar. Jika rusak niatnya, maka amalnya juga akan rusak. Oleh karena itu Rasulullah ﷺ bersabda,

"Sesungguhnya amalan itu tergantung pada niatnya. Dan setiap orang akan memperoleh sesuai dengan apa yang ia niatkan." (HR. Bukhari no.1 dan Muslim no.1907)

Hadits ini tidak terbatas pada masalah ibadah saja, akan tetapi ia juga mencakup bab muamalah dan lainnya. Semua amalan dapat berubah posisinya karena faktor niat, dianggap sebagai ibadah dan amal shalih yang mendekatkan diri kepada Allah atau sebaliknya. Maka jika seorang muslim bekerja dengan niat mencari rezeki di bidang pendidikan, pertanian, peternakan, perdagangan, industri, kesehatan, ketrampilan atau selainnya, maka aktivitasnya itu akan dinilai sebagai ibadah. Begitu pula jika tujuannya adalah untuk menjaga diri dari hal-hal yang haram, mencukupkan diri dengan hal-hal yang halal, dan untuk menafkahi keluarganya.

Rasulullah ﷺ bersabda,

"Sesungguhnya engkau tidaklah memberikan suatu nafkah yang diharapkan dengannya wajah Allah semata melainkan engkau akan diberi pahala atasnya, sampaipun sesuap makanan yang engkau

masukkan ke dalam mulut istrimu." (HR. Bukhari no.56 dan Muslim no. 4296)

Oleh karena itu, Islam menganjurkan pengusaha muslim agar memiliki orientasi yang sama dalam masalah ibadah dan muamalah. Dan hal itu tidak mungkin bisa dilakukan jika ia tidak mengikhlaskan apa yang ia lakukan karena Allah semata, membebaskan diri dari penghambaan terhadap nafsu syahwat, harta, perhiasan, jabatan serta kenikmatan dunia yang lainnya. Rasulullah ﷺ bersabda,

"Celaka para hamba dinar. Celaka para hamba dirham dan hamba perut. Jika ia diberi, maka ia merasa lega. Dan jika ia tidak diberi, maka ia menggerutu. Sungguh celaka dan binasa. Jika sudah ditetapkan, maka tidak ada lagi suatu perdebatan." (HR. Bukhari no.2886)

Meyakini harta milik Allah, manusia hanya diberi amanah

Seorang pengusaha muslim hendaknya meyakini bahwa harta benda adalah milik Allah, sedangkan manusia hanya diberi amanah. Di samping itu pula, hendaknya ia menyadari betul bahwa harta hanyalah sebagai sarana, bukanlah tujuan. Dan untuk mendapatkan yang baik, maka menjadi keharusan baginya untuk mencarinya dari sumber yang halal, tidak menahan yang bukan haknya, tidak berbangga-bangga dengan kepemilikannya serta mengakui anugerah Allah padanya. Hendaklah harta yang dimilikinya bisa mengantarkannya untuk lebih mengenal akhirat dengan tanpa melupakan kenikmatan dunia.

Seorang pengusaha muslim harus menyadari bahwa harta yang ada di tangannya merupakan titipan dari Allah yang harus ia kelolah dengan baik dan benar sesuai ketentuan Sang Pemilik harta sesungguhnya. Dia adalah Allah, satu-satunya Raja dari segala raja, Pemilik dari segala pemilik. Karena semua harta yang ada padanya akan dimintai pertanggung-jawabannya pada hari kiamat kelak, sebagaimana sabda Rasulullah ﷺ

"Pada Hari Kiamat nanti kedua kaki seorang hamba tidak akan bergeser (dari hadapan Allah) sehingga ia dimintai pertanggung-jawaban tentang empat perkara: Usianya untuk apa dihabiskan, jasmaninya untuk apa dipergunakan, hartanya darimana didapatkan dan untuk apa dipergunakan, serta ilmunya untuk apa dipergunakan." (HR. At-Tirmidzi II/612 no.2417 dari Abu Barzah Al-Aslami. Syaikh Al-Albani berkata, "Shahih")

Mengimani takdir Allah disertai sikap selalu bersyukur

Beriman kepada takdir Allah, baik ketentuan yang baik atau yang buruk, manis atau pahit merupakan pondasi dasar keimanan. Seorang pengusaha muslim wajib mengimani takdir Allah dengan keimanan yang kokoh, bahwa semua hal yang terjadi tidaklah akan meleset darinya. Dan semua bentuk manfaat dan bahaya telah ditetapkan oleh Allah.

Dari Abdullah bin Abbas, dikisahkan bahwa suatu ketika dia naik kendaraan di belakang Rasulullah, dan beliau bersabda,

"Wahai anakku, sesungguhnya aku akan mengajarimu beberapa kalimat. Jagalah Allah, maka Dia akan menjagamu. Jika engkau minta sesuatu, maka mintalah kepada Allah. Jika engkau minta tolong, maka minta tolonglah kepada Allah. Ketahuilah, bahwa jika semua umat berkumpul, kemudian mereka ingin memberimu manfaat, maka tidak akan ada manfaat sedikit pun kecuali apa yang telah tetapkan Allah untukmu. Dan jika umat semuanya berkumpul untuk mendatangkan bahaya kepadamu, maka tidak akan ada bahaya kecuali apa yang telah digariskan Allah untukmu. Pena (pencatat takdir, pen) telah diangkat dan buku catatan telah dikeringkan." (HR. At-Titmidzi no. 2516 dan Ahmad no.2669)

Dengan demikian, jika ada keuntungan dalam hartanya, maka seorang pengusaha muslim akan bersyukur. Ia tidak akan bergembira secara berlebihan. Allah berfirman,

"Janganlah kamu terlalu bangga, sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang terlalu membanggakan diri." (QS. Al-Qashash: 76)

Dan jika ia mengalami nasib sebaliknya, maka ia akan tetap sabar, ridha, dan tenang hatinya. Karena ia meyakini bahwa Allah tidaklah menetapkan sesuatu kecuali di dalamnya ada kemaslahatan. Allah menganugerahkan harta benda pada hamba yang Dia cintai dan hamba yang tidak Dia cintai. Dia juga mempersempit rezeki pada hamba yang Dia cintai dan yang tidak Dia cintai.

Dari Shuhaib رضي الله عنه, ia berkata bahwa Rasulullah ﷺ bersabda,

"Sungguh sangat menakjubkan urusan seorang mukmin. Semua urusannya ia anggap baik. Dan tidak akan terjadi seperti itu kecuali pada seorang mukmin. Jika ia mendapatkan kelapangan, maka ia akan bersyukur. Dan itu yang terbaik baginya. Dan jika ia mengalami musibah, maka ia bersabar. Dan itu yang terbaik baginya." (HR. Muslim no.2999)

Selalu berusaha dan bekerja untuk mendapatkan rezeki disertai tawakkal kepada Allah

Seorang pengusaha muslim dituntut untuk mengambil sebab dalam mencari rezeki dan mengembangkan harta disertai dengan semangat tawakal kepada Allah. Allah Dzat yang member rezeki kepada burung-burung setiap pagi dan sorenya, sudah tentu sangat mampu memberi rezeki kepada

manusia. Dialah yang menundukkan segala sesuatu, yang menjalankan segala sesuatu, yang mendatangkan semua sebab di dunia ini. Inilah yang diisyaratkan oleh Rasullullah ﷺ dalam sebuah haditsnya:

"Seandainya kalian bertawakal kepada Allah dengan sebenar-benar tawakkal, maka pasti kalian akan diberi rezeki sebagaimana burung diberi rezeki, yang berangkat di pagi hari dalam keadaan perut kosong, kemudian kembali di sore hari dalam keadaan kenyang. " (HR. Tirmidzi no.2344, Ibnu Majah no.4164 dan Ahmad no.205, 373, dari Umar bin Khathab. Syaikh Al-Albani berkata, "Shahih.")

Allah berfirman,

"Dan barangsiapa bertawakal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya." (QS. Ath-Thalaq: 3)

Dalam banyak ayat Al-Quran, Allah telah menyinggung tentang anjuran kepada manusia untuk mencari sumber kehidupan dan menggali rezeki, di antaranya adalah firman-Nya: *"Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. dan Hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan."* (QS. Al-Mulk: 5)

Dan firman-Nya pula:

"Dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah; dan orang-orang yang lain lagi berperang di jalan Allah." (QS. Al-Muzzammil: 20)

Imam Qurthubi, dalam kitab tafsirnya *Al-Jami' Li Ahkamil Quran*, berkaitan dengan ayat ini berkomentar, "Dalam ayat ini, Allah telah menyamakan antara derajat orang-orang yang berjihad di jalan Allah dengan orang-orang yang mencari harta yang halal untuk memberi nafkah dirinya dan keluarganya, agar ia mampu berbuat baik kepada sesama, dan mampu bersedekah dengan kelebihan hartanya. Oleh karena itu, Ibnu Umar berkata, "Tidaklah Allah menciptakan kematian yang aku ingin mati sekali lagi, setelah kematian di jalan Allah. Dan kematian itu lebih aku cintai daripada kematian di antara dua bukit bersama kendaraanku, yaitu kematian yang menjemputku saat aku mencari rezeki Allah dengan berjalan di atas bumi ini."

Demikian pula Rasulullah ﷺ memberikan motivasi kepada umatnya agar selalu berusaha dan bekerja untuk mencari rezeki . Diantaranya adalah hadits berikut:

Dari Abu Hurairah رضي الله عنه, Rasulullah ﷺ bersabda,

"Sungguh salah seorang dari kalian mencari kayu bakar lalu memikulnya di atas punggungnya itu lebih baik daripada meminta-minta kepada orang lain, lalu ia memberinya atau menolaknya." (HR. Bukhari no.1470)

Dari Al-Miqdam رضي الله عنه, bahwa Rasulullah ﷺ bersabda,

"Tidaklah seseorang di antara kalian yang makan makanan apa pun, jauh lebih baik dari makan makanan yang berasal dari hasil keringat sendiri. Dan sesungguhnya nabi Dawud memakan makanan dari hasil jerih payahnya sendiri." (HR. Bukharino.2072).

Maka, hendaknya setiap pengusaha muslim berupaya untuk mengambil sebab-sebab nyata yang bisa mendatangkan rezeki yang halal lagi baik. Dan hendaknya hatinya merasa tenang dan yakin bahwa sebab-sebab rezeki itu bukanlah faktor utama munculnya rezeki. Karena pada hakikatnya rezeki itu sendiri sudah dijatah dan nasib setiap orang telah ditentukan. Dan apa yang telah ditentukan oleh Allah pasti akan terwujud.

Meyakini bahwa Allah telah menentukan kelebihan atas orang lain

Allah berfirman,

"Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? kami Telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan kami Telah meninggikan sebahagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat mempergunakan sebagian yang lain. dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan." (QS. Az-Zukhruf: 32)

Oleh karena itu, seorang pengusaha muslim hendaknya meyakini prinsip ini. Janganlah terlalu silau dengan orang yang mendapatkan rezeki yang lebih banyak. Hendaknya dia melihat orang yang rezekinya lebih sedikit darinya, kemudian ia memuji kepada Allah atas anugerah-Nya selama ini. Karena terkadang kelapangan rezeki justru merupakan ujian dari Allah untuk mengetahui apakah orang tersebut termasuk orang yang bersyukur atas nikmat-Nya atau orang yang membanggakan diri.

Demikian pula dengan kesempitan rezeki pada seseorang. Mungkin saja hal itu merupakan cara Allah untuk memberikan hikmah kepada manusia yang diwujudkan-Nya dalam bentuk ujian, agar dapat diketahui apakah ia termasuk orang yang sabar dalam cobaan atau justru banyak mengeluh. Allah berfirman,

"Dan Allah melebihkan sebahagian kamu dari sebagian yang lain dalam hal rezeki, tetapi orang-orang yang dilebihkan (rezekinya itu) tidak mau memberikan rezeki mereka kepada budak-budak yang mereka miliki, agar mereka sama (merasakan) rezeki itu. Maka Mengapa mereka mengingkari nikmat Allah?" (QS. An-Nahl: 71)

Allah berfirman pula:

"Dan janganlah kamu iri hati terhadap apa yang dikaruniakan Allah kepada sebahagian kamu lebih banyak dari sebagian yang lain. (karena) bagi orang laki-laki ada bahagian dari pada apa yang mereka usahakan, dan bagi para wanita (pun) ada bagian dari apa yang mereka usahakan, dan mohonlah kepada Allah sebagian

dari karunia-Nya. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui segala sesuatu." (QS. An-Nisa': 32)

Sesungguhnya dengan cara yang demikian, Islam menginginkan agar setiap pengusaha muslim mampu menjadikan jiwa mereka bersih dari kebencian, kedengkian dan iri, yang merupakan penyakit hati dan perusak amal yang berbahaya. Dengan keadaan seperti ini, dia akan bisa hidup dengan hati yang sehat, tenang dan terbebas dari bisikan kebencian dan kedengkian.

Selalu menjaga aturan-aturan syariat dalam ibadah

Tidak sepantasnya bila seorang pengusaha muslim hanya menyibukkan dirinya mencari sumber penghidupan dunia, dan melalaikan sumber kehidupan akhirat, yang akhirnya akan membuat umurnya sia-sia dan perniagaannya merugi. Dan keuntungan yang seharusnya dia raih di akhirat tidak akan sebanding dengan keuntungan yang dia dapat di dunia. Dan akhirnya, ia seakan-akan menggadaikan akhiratnya untuk membeli dunia. Di dalam Al-Quran, Allah telah memuji hamba-hamba-Nya yang mampu memadukan antara mencari rezeki dengan cara perdagangan dan ibadah kepada Allah. Allah berfirman,

"Bertasbih kepada Allah di masjid-masjid yang telah diperintahkan untuk dimuliakan dan disebut nama-Nya di dalamnya, pada waktu pagi dan waktu petang, Laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingati Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang, dan (dari) membayarkan zakat. mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang. (Meraka mengerjakan yang demikian itu) supaya Allah memberikan balasan kepada mereka (dengan balasan) yang lebih baik dari apa yang Telah mereka kerjakan, dan supaya Allah menambah karunia-Nya kepada mereka. dan Allah memberi rezeki kepada siapa yang dikehendaki-Nya tanpa batas." (QS. An-Nuur: 36-38)

Mereka tetaplah orang-orang yang melakukan transaksi jual beli atau melakukan aktivitas ekonomi yang lain, tetapi jika telah datang waktu shalat, maka mereka bersegera menunaikan hak Allah atas mereka. Mereka menunaikan zakat, menyucikan harta mereka sehingga Allah menyelimuti harta mereka dengan keberkahan. Allah berfirman,

"Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung." (QS. Al-Jumu'ah: 10)

Perdagangan meskipun dipuji karena termasuk sumber rezeki yang halal, akan tetapi bisa menjadi tercela jika ia didahulukan daripada hal-hal yang mestinya didahulukan.

Dari sini kita mendapatkan isyarat yang sangat jelas dari firman Allah:

"Dan apabila mereka melihat perniagaan atau permainan, mereka bubar untuk menuju kepadanya dan mereka tinggalkan kamu sedang berdiri (berkhotbah). Katakanlah: "Apa yang di sisi Allah lebih baik daripada permainan dan perniagaan", dan Allah sebaik-baik pemberi rezeki." (QS. Al-Jumu'ah: 11)

Dan hendaklah memperbanyak semua bentuk amal kebaikan menjadi perilaku khas setiap pengusaha muslim. Dengannya, hati manusia akan tersentuh dan akan melahirkan cinta dan kasih sayang antar sesama. Allah berfirman,

"Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa." (QS. Al-Maidah: 2)

Dalam takwa tersimpan keridhaan Allah, dan dalam al-birr (berbuat baik) tersimpan keridhaan manusia. Barangsiapa yang mampu menggabungkan antara dua keridhaan tersebut, maka dia akan mendapatkan kebahagiaan dan kenikmatan yang sempurna.

Demikian tulisan sederhana tentang beberapa prinsip keimanan bagi pengusaha muslim sebagai bekal dalam menjalankan bisnis. Semoga bermanfaat bagi kita semua. *Wallahu a'lam bish-showab.*

Oleh: *Ustadz Muhammad Arifin Badri, M.A.*

Selayang Pandang TENTANG SYARIKAT DAGANG DALAM SYARIAT ISLAM

Alhamdulillah, shalawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada Nabi Muhammad, keluarga dan sahabatnya.

Saudaraku! Mungkin saat ini Anda memiliki segudang keahlian dan pengalaman. Akan tetapi , hingga saat ini Anda masih juga belum mampu mengoptimalkan potensi diri Anda. Kondisi ini, menyebabkan Anda hanya bisa menikmati sebagian kecil dari potensi Anda. Mungkin pada suatu hari, Anda pernah berpikir: andai aku memiliki cukup modal, maka saya bisa lebih banyak menikmati hasil tetesan peluhku.

Tidak perlu berkecil hati saudaraku! Banyak pintu yang dapat Anda tembus, guna merubah garis hidup Anda. Di antaranya ialah dengan berserikat dengan sebagian dari saudara-saudara Anda yang senasib dengan diri Anda. Dengan memilih opsi ini, pintu sukses semakin terbuka lebar di hadapan Anda. Karena semakin besar unit usaha yang Anda rintis bersama saudara Anda, maka tetesan peluh Anda semakin bernilai. Tidakkah Anda mendambakan yang demikian saudaraku?

Melalui tulisan sederhana ini, penulis berkeinginan untuk memberikan gambaran singkat tentang seluk beluk hukum syarikat dagang dalam syariat Islam. Harapan saya, langkah Anda dalam merintis sukses dalam dunia usaha semakin mantap dan selaras dengan syariat Allah Ta'ala.

Hukum Berserikat Dalam Perdagangan

Ibnu Qudamah Al Hambali menyatakan, "Secara garis besar, ulama telah bersepakat bahwa hukum serikat dagang adalah boleh. Hanya saja mereka berselisih pendapat pada sebagian perinciannya." (Al Mughni oleh Ibnu Qudamah 7/109)

Dan berikut sebagian dalil yang mendasari kesepakatan ulama di atas:

"Abu Minhal mengisahkan bahwa sahabat Al Bara' bin 'Azib dan Zaed bin Arqam adalah dua orang yang saling berserikat. Pada suatu hari keduanya membeli sejumlah perak, sebagian pembayaran dilakukan dengan tunai dan sisanya terhutang. Selanjutkan perihal pembelian ini terdengar oleh Rasulullah, maka beliau segera memerintahkan keduanya agar melanjutkan pembelian yang dengan pembayaran tunai, dan membatalkan pembelian yang pembayarannya terhutang." (HR.Bukhari)

Sahabat Abu Hurairah mengisahkan, bahwa Nabi bersabda,

"Sesungguhnya Allah telah berfirman, Aku senantiasa menyertai dua orang serikat, selama tidak ada dari keduanya yang mengkhianati sahabatnya. Bila ada dari mereka yang berbuat khianat, maka Aku meninggalkan mereka berdua," (Riwayat Abu Dawud, Ad Daraquthni dan oleh Al Albani dinyatakan sebagai hadits yang dha'if)

Dengan siapa anda berserikat dagang?

Setelah mengetahui hukum serikat dagang dalam Islam, mungkin pertanyaan pertama yang terbetik dalam pikiran Anda adalah: dengan siapa saya harus berserikat dagang? Terlebih-lebih di zaman ini, betapa sulitnya mendapatkan orang yang benar-benar layak untuk menerima kepercayaan sebagai sekutu Anda dalam berniaga? Atau mungkinkah Anda rela berspekulasi dan bersekutu dengan siapa saja, tanpa peduli dengan tingkat kredibilitasnya? Saya yakin Anda pasti bersikap selektif, dan berusaha untuk memilih *partner* yang benar-benar bagus dan banyak memiliki kelebihan. Akan tetapi, pernahkah Anda berpikir bahwa di antara kriteria seorang partner yang baik ialah tingkat kepatuhannya terhadap berbagai hukum syariat?

Mengapa demikian? Karena setiap partner niaga bertindak bukan hanya atas nama pribadinya, akan tetapi mewakili seluruh pemilik saham perusahaan. Dengan demikian setiap pemilik saham bertanggung jawab atas setiap keputusan dan perbuatan yang dilakukan oleh perusahaan.

Penjelasan ini sebagai wujud nyata dari asas perserikatan dagang dalam Islam, yaitu: *al wakalah* (perwakilan) dan *amanah*. Masing-masing pemegang saham berperan mewakili dan pemangku amanah (kepercayaan) dari pemegang saham lainnya. Tidak heran bila para ulama menganjurkan Anda untuk tidak berserikat dagang orang yang bersebrangan agama dengan Anda.

Imran bin Abi 'Atha; bertanya kepada Ibnu 'Abbas:

"Sesungguhnya seorang pedagang kambing. Ia bersekutu dengan seorang Yahudi dan seorang Nasrani. Ibnu 'Abbas menjawab: Janganlah engkau bersekutu dengan seorang Yahudi, Nasrani, atau Majusi. Aku pun kembali bertanya: Mengapa? Ibnu 'Abbas kembali menjawab: Karena mereka terbiasa bertransaksi riba, dan riba tidak halal." (Riwayat Ibnu Abi Syaibah & Al Baihaqi).

Dari pernyataan Ibnu 'Abbas ini dapat dipahami, bahwa boleh bersekutu dengan orang Yahudi atau Nasrani selama mereka tidak menangani langsung bisnis di lapangan, atau selama mereka berkomitmen untuk tidak melanggar hukum syari'at. Karenanya, murid-murid Ibnu 'Abba, di antaranya 'Atha', Thawus dan Mujahid menyatakan, Bersekutu dengan seorang Yahudi dan Nasrani itu dimakruhkan, kecuali bila yang menjalankan perniagaan di lapangan adalah *partner* yang beragama Islam. (Riwayat Ibnu Abi Syaibah).

Penjelasan ini juga berdasarkan dengan praktek Rasulullah yang mempercayakan pengelolaan ladang milik umat Islam di negeri Khaebar kepada orang-orang Yahudi setempat, dan beliau memberikan persyaratan kepada mereka:

"Umat Islam berwenang penuh untuk memutuskan hubungan kerjasama ini kapan pun mereka menghendakinya." (Riwayat Bukhari dan Muslim)

Modal perserikatan

Para ulama telah menyepakati bahwa modal perserikatan dapat diwujudkan dalam bentuk uang yang berlaku untuk alat transaksi. Hanya saja mereka berselisih pendapat: apakah harta kekayaan selain uang, dapat pula dijadikan sebagai modal dalam perserikatan? Dan pendapat yang paling kuat dalam masalah ini ialah pendapat yang membolehkan harta kekayaan selain uang sebagai modal perserikatan. Pendapat ini berdasarkan kepada beberapa alasan berikut:

Hukum asal dalam setiap urusan diniawi termasuk perserikatan dagang adalah boleh. Anologi/qiyas dengan akad *musaqah* (penggarapan ladang), karena berbagai hukum yang berlaku pada akad *musaqah* berlaku pula pada akad serikat dagang. Tujuan serikat dagang ialah mencari keuntungan, sedangkan keuntungan dapat diperoleh pengelolaan barang, sebagaimana halnya dengan mata uang. Hanya saja, bila modal serikat dagang berbentuk barang, perlu dicatatkan bahwa yang dihitung sebagai modal ialah harga jual barang tersebut pada hari penandatanganan akad serikat dagang. Hal ini bertujuan untuk menghindari perselisihan tentang kadar kepemilikan masing-masing sekutu terhadap badan usaha mereka. (baca Nihayatul Mathlab oleh Al Juwaini 7/23, Al Mughni oleh Ibnu Qudamah 7/124.)

Kejelasan dalam modal usaha

Di antara ketentuan penting yang sepantasnya Anda indahkan pada awal pembentukan serikat dagang ialah kejelasan modal masing-masing sekutu. Bila modal berupa uang, maka nominalnya jelas, dan bila berupa barang, atau hak atas kekayaan intelektual (HAKI), maka nilai jual barang atau hak tersebut disepakati pada awal pendirian badan usaha. Dan, selanjutnya semuanya dituliskan dengan cara-cara benar sehingga memiliki kekuatan hukum.

Ketentuan ini bertujuan untuk menghindari perselisihan dikemudian hari. Karena biasanya, pada awal perserikatan, masing-masing pihak memiliki toleransi tinggi, akan tetapi bersama berjalannya perserikatan, terlebih-lebih setelah menjadi besar. Saat itu, toleransi telah terkikis sedangkan ambisi untuk mendapatkan keuntungan sebesar mungkin semakin berkobar.

"Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat zalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang sholih; dan amat sedikitlah mereka ini ." (QS. Shad: 24)

Saham kosong

Di antara hal yang biasa terjadi di berbagai perusahaan ialah adanya pemberian saham kosong kepada beberapa pihak yang dianggap atau diharapkan berjasa pada perusahan. Para penerima saham kosong ini berhak mendapatkan bagian dari keuntungan sebesar prosentase saham tersebut. Akan tetapi saham ini memiliki berbagai perbedaan dari saham biasa. Berikut beberapa perbedaan tersebut:

1. Saham kosongan tidak memiliki nilai nominal yang tertulis pada lembar saham, sehingga haknya hanya sebatas mendapatkan bagian dari keuntungan (dividen).
2. Pemegang saham kosong tidak dihitung dari anggota pemegang saham yang berhak menghadiri rapat umum pemegang saham (RUPS) dan juga tidak memiliki wewenang untuk campur tangan dalam kebijaksanaan dan arah perusahaan.
3. Saham kosong bisa dihapuskan, baik secara keseluruhan atau sebagian saja.

Karena karakter saham kosong demikian ini, kebanyakan ulama kontemporer mengharamkan saham kosong, dengan alasan sebagai berikut:

Saham kosong sejatinya adalah salah satu bentuk jual beli jasa, sehingga

nominal nilai jualnya haruslah diketahui, dan tidak dalam hitungan prosentase dari keuntungan yang tidak menentu jumlahnya. Dengan demikian, saham kosong ini tercakup oleh keumuman hadits riwayat Abu Hurairah *radhiallahi 'anhu* berikut:

"Rasulullah melarang jual-beli yang mengandung gharar (unsur ketidakjelasan) (Riwayat Muslim)

Saham kosong sering kali membahayakan masa depan perusahaan dan merugikan para pemegang saham. Biasanya saham kosong adalah pintu lebar buat terjadinya praktek manipulasi, suap dan tindak-tindak tercela lainnya. (*Suq Al-Auraq Al-Maliyah* oleh Dr. Khursyid Asyraf Iqbal hal. 320-321)

Ruang gerak perusahaan

Tidak diragukan bahwa ruang gerak dan unit usaha setiap perusahaan yang dibangun oleh seorang muslim atau dibangun di negeri Islam, dibatasi oleh hukum-hukum Allah Ta'ala. Karenanya, tidak dibenarkan bagi siapa pun untuk menjalankan suatu unit usaha yang memproduksi atau memasarkan barang atau jasa yang diharamkan dalam Islam. Nabi menggariskan hal ini dengan bersabda,

" Sesungguhnya bila Allah mengharamkan suatu hal, pasti Ia mengharamkan pula hasil penjualannya." Riwayat Ahmad, Abu Dawud, dan Ad-Daraquthni.

Asas Hubungan Antara Pemilik Saham

Mengetahui asas yang mendasari setiap hubungan yang Anda jalin menjadikan Anda memahami hak dan kewajiban masing-masing dari pihak terkait. Karena itulah, sejak dahulu kala, para ulama ahli fikih memberikan perhatian khusus tentang hal ini.

Ibnu Qudamah berkata, *"Syarikat dagang biasa didasari oleh perwakilan dan amanah, karena masing-masing sekutu, mempercayakan pengelolaan modalnya kepada partnernya dan pada waktu yang sama ia mengizinkannya partnernya untuk mewaikili dirinya."* (Al Mughni 7/128, baca pula Nihayatul Mathlab 7/24, & Bidayatul Mujtahid 2/256)

Bila demikian adanya, maka masing-masing sekutu berkewajiban untuk berusaha mendatangkan keuntungan sebesar mungkin. Karenanya As Suyuthi menjelaskan, bahwa setiap orang yang bertindak untuk orang lain, maka ia wajib melakukan yang terbaik bagi pihak yang memberinya kepercayaan. (Al Asybah wa An Nazhoir 49).

Di antara aplikasi nyata asas ini, masing-masing sekutu tidak dibenarkan untuk membelanjakan harta perusahaan kecuali pada pos-pos yang mendatangkan keuntungan untuk perusahaan. (bidayatul Mujtahid 2/256& Raudhatut Thalibin 3/515).

Karakter akad serikat dagang

Tidak ada perselisihan di antara para ulama bahwa serikat dagang adalah salah satu akad yang tidak mengikat. Dengan demikian, masing-masing sekutu berhak menghentikan perserikatan kapan pun ia suka, asalkan tidak menimbulkan kerugian pada *partner*nya.

Sebagaimana akad serikat menjadi terhenti bila salah satu dari sekutu meninggal dunia, kecuali bila ahli warisnya menghendaki agar perserikatan dilanjutkan dan mereka menunjuk pengganti sekutu yang meninggal tersebut. (Baca Al Mughni 7/131, Raudhatut Thalibin 3/515-516, & Bidayatul Mujtahid 2/225-256)

Hak dan tanggung jawab masing-masing sekutu

Saudaraku! Untuk urusan hak, saya yakin Anda pasti mengetahui bahwa hak utama masing-masing sekutu dagang ialah mendapatkan bagian dari keuntungan usaha. Dan pendapat yang paling kuat dalam hal pembagian keuntungan ialah pendapat yang membolehkan pembagian keuntungan, sesuai dengan kesepakatan, walaupun tidak berbanding lurus dengan nomimal modal masing-masing. Karena keuntungan dalam usaha, dihasilkan bukan hanya dari modal, akan tetapi juga dari kerja dan keahlian seluruh pihak terkait. Bila demikian adanya, bisa saja kerja dan peranan sebagian sekutu lebih dominan dalam mendatangkan keuntungan dibanding lainnya. Jadi, wajar bila sekutu yang paling berperan dalam mendatangkan keuntungan mendapatkan deviden lebih besar dari yang diberikan kepada lainnya. Pendapat inilah yang dianut dalam mazhab Hanafi dan Hambali (Al Mughni 7/138 & Badai'i As Shanai'i 6/62).

Sebagaimana setiap sekutu memiliki hak untuk turut menentukan arah kebijaksanaan dan gerak perusahaan, masing-masing sebesar persentase modal yang ia miliki. Hanya saja pada praktek perserikatan dagang yang berlaku di saat ini, dikenal apa yang disebut dengan saham *preferen*. Pemilik saham ini memiliki bebeberapa kelebihan dibanding pemilik saham biasa, diantaranya: mendapatkan deviden yang terjamin, dalam jumlah tetap dan dalam persentase tertentu dari total saham yang dimiliki, tanpa ada bedanya apakah perusahaan merugi atau untung. Memiliki hak untuk mendapatkan deviden lebih dahulu serta memiliki hak suara lebih tinggi dibanding pemilik saham biasa.

Untuk mengetahui hukum saham *preferen* , maka Anda perlu mengetahui dua hal berikut: para ulama telah bersepakat, bahwa kerugian harus berbanding sejajar dengan jumlah saham yang dimiliki. Karena arti dari kerugian usaha ialah modal usaha menjadi berkurang. Dengan demikian, kewajiban masing-masing sekutu atas segala kerugian dan risiko perusahaan hanyalah sebesar persentase saham yang ia miliki dari total saham perusahaan.

Masing-masing sekutu dagang, hanya berhak untuk mendapatkan deviden bila perusahaan benar-benar membukukan keuntungan. Maka, bila perusahaan tidak berhasil membukukan keuntungan, mereka tidak berhak mendapatkan deviden.

Besar kecil deviden yang diperoleh setiap sekutu berbanding lurus dengan besar kecil keuntungan yang berhasil dibukukan perusahaan. Artinya, deviden setiap sekutu, bersifat fluktuatif, dan tidak tetap.

Dengan memahami ketiga hal ini, dapat disimpulkan bahwa saham *preferen* mengandung unsur riba, sehingga hukumnya pun haram.

Apa yang saya paparkan di atas, hanyalah gambaran singkat tentang berbagai hukum perserikatan dagang dalam syari'at. Perlu saya tekankan, pintu terjadinya kesalahan pun senantiasa terbuka, karenanya saran dan kritik sangat berharga bagi kita semua. Harapan saya, tulisan ini memotivasi Anda untuk semakin gigih dalam mempelajari syari'at agama yang kita cintai ini. *Wallahu Ta'ala A'lam bisshowab*

Anda pernah berbisnis usaha pendidikan modal besar tapi kecewa dengan hasilnya? atau anda mau memulai usaha pendidikan? kalau jawabannya "IYA" berarti

anda membutuhkan

British 5 International

www.british5international.com

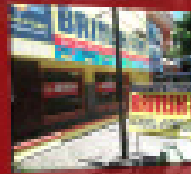
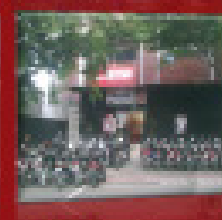
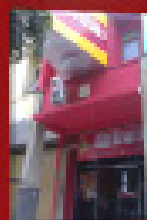
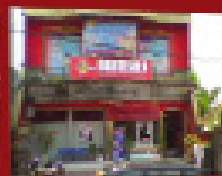
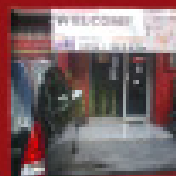
http://www.facebook.com/british5

Your BEST FRANCHISE CHOICE is now YOURS!

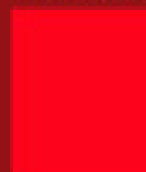
Support dari FRANCHISOR

1. Penggunaan Merek British 5 International.
   Selama masa waralaba, Anda dapat menjalankan usaha waralaba di wilayah waralaba.
2. Perekrutan Karyawan.
   Bila anda belum memiliki dan memerlukan bantuan ini, kami akan membantu melakukan perekrutan Branch Manager, Akademik, dan Customer Service serta Marketing.
3. Pelatihan Awal.
   Anda dan staff akan mendapatkan pelatihan awal untuk membekali anda dengan pengetahuan tentang sistem waralaba British 5 International, strategi pemasaran, administrasi dan manajemen umum lainnya.
4. Pendampingan Pre-Operasional s/d pembukaan.
   Anda mendapatkan pendampingan atau tuntunan dan konsultasi dalam melaksanakan langkah-langkah pra-operasional hingga pembukaan gerai.
5. Pemakaian Franchise Operations Manual (FOM)
   Anda menerima 1 paket pedoman operasional bisnis waralaba British 5 International.
6. Modul Kurikulum dan CD Belajar.
   Anda akan menerima 1 paket Modul + CD Belajar
7. Dukungan Promosi Bersama.
   Anda akan turut menikmati manfaat dari strategi promosi yang telah teruji efektifitasnya.
8. Dukungan Konsultasi Operasional dan Manajerial.
   Anda dalam setiap saat dapat menghubungi pewaralaba untuk konsultasi masalah operasional maupun manajerial.
9. Menerima paket "Marketing Tools".
   Brosur 4 rim, Standing Banner 2 bh, 5 spanduk, 4 buah kamus hard cover, Stiker dan Paket Administrasi Tools seperti Faktur penjualan dan stempel.

Apa KEUNGGULAN Franchise BRITISH 5 INTERNATIONAL?

* Low Investment
* Full Business Format
* Prospek yang sangat bagus
* Dukungan berkelanjutan dari Franchisor
* All Market Segment
* Program Kursus yang variatif
* BEP yang cukup singkat (8-15 bulan)
* Sistem yang telah teruji & menguntungkan
* Free Promotion Fee

Others are still on progress

Franchise Info :
Mr. Raul 08179745245
Ms. Andin 0361-7457639

Testimoni :

Bp. Imam Zainuri (Malang)
Saya mulai menjalankan bisnis ini di th 2007, sebelumnya saya pernah mengambil waralaba bimbingan belajar yang sangat terkenal di Indonesia, tapi kemudian saya men take over nya, saya merasa British 5 International mem berikan saya kebebasan serta keuntungan lebih, kini usaha saya telah berjalan sangat baik dengan total siswa 800 lebih. Terimakasih British five yang tetap mendukung saya.

PERINGATAN ! Franchise British5International dapat menyebabkab serangan sukses dan gangguan pensiun dini bila sukses berlanjut silahkan hubungi bank terdekat untuk menyimpan dana anda

HUKUM DAN BENTUK SYIRKAH DALAM BISNIS SYARIAT

Pembahasan mengenai hukum syirkah (kerja sama/partnership) dalam bisnis dan macam-macamnya merupakan perkara yang sangat dibutuhkan oleh setiap pengusaha muslim. Hal ini agar dijadikan bahan kajian dan untuk dipahami kode etik fikih dan bimbingan-bimbingan praktisnya, sehingga bisa digunakan dengan baik dalam melangsungkan kerja sama dalam bisnis di zaman sekarang ini.

Pengertian Syirkah

Kata syirkah dalam bahasa Arab berasal dari kata *syarika* (*fi'il madhi*), *yasyraku* (*fi'il mudhari'*), dan *mashdar* (kata dasar)nya ada tiga *wazn* (timbangan), boleh dibaca dengan salah satunya, yaitu: *syirkatan/syarikatan/syarakatan*; artinya persekutuan atau perserikatan. Dan, dapat diartikan pula sebagai percampuran, sebagaimana tertera pada firman Allah dalam surat Shad, ayat 24. (*Taudhihul Ahkam*, Syaikh Abdullah Al-Bassam IV/601).

Akan tetapi, menurut Abdurrahman Al-Jaziri, dibaca syirkah lebih fasih. (*Al-Fiqh 'ala al-Madzahib al-Arba'ah*, III/58)

Adapun menurut istilah para ulama fikih, syirkah adalah suatu akad kerja sama antara dua orang atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (atau amwal) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan kerugian akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. (*Bidayatul Mujtahid*, Ibnu Rusydi II/253).

Hukum Syirkah:

Syirkah hukumnya diperbolehkan atau disyariatkan berdasarkan Al-Quran, Al-Hadits dan *ijma'* (konsensus) kaum muslimin. Dan berikut ini kami sebutkan dalil-dalilnya, di antaranya:

Al-Quran:

Firman Allah Ta'ala:

"Dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini." (QS. Shad: 24)

Dan firman-Nya pula:

"Maka mereka bersekutu dalam yang sepertiga itu." (QS. An-Nisa': 12)

Kedua ayat di atas menunjukkan perkenanan dan pengakuan Allah akan adanya perserikatan dalam kepemilikan harta. Hanya saja dalam surat An-Nisa' ayat 12 perkongsian terjadi secara otomatis karena waris, sedangkan dalam surat Shad ayat 24 terjadi atas dasar akad (transaksi).

Hadits:

Dari Abu Hurairah, Rasulullah bersabda, "*Sesungguhnya Allah berfirman, 'Aku pihak ketiga dari dua orang yang berserikat selama salah satunya tidak mengkhianati pihak lainnya. Kalau salah satunya berkhianat, Aku keluar dari keduanya'.*" (HR. Abu Dawud no. 3383, dan Al-Hakim no. 2322).

Ijma':

Ibnu Qudamah berkata, "Kaum muslimin telah berkonsensus terhadap legitimasi syirkah secara global walaupun terdapat perbedaan pendapat dalam beberapa elemen darinya." (*Al-Mughni* V/109).

Rukun syirkah yang pokok ada tiga yaitu:

Menurut mayoritas ulama fikih, bahwa rukun syirkah itu ada tiga, yaitu:

(1) akad (ijab-kabul), disebut juga *shighat*; (2) dua pihak yang berakad (*al-'âqidâni*), syaratnya harus memiliki kecakapan melakukan *tasharruf* (pengelolaan harta); (3) obyek akad, disebut juga *al-ma'qud 'alaihi*, yang

mencakup pekerjaan *(al-amal)* dan atau modal *(al-mâl)*. (*Al-Fiqhu 'alal Madzahibi al-Arba'ah*, Abdurrahman al-Jaziri).

Adapun syarat sah akad ada dua yaitu: (1) obyek akadnya berupa tasharruf, yaitu aktivitas pengelolaan harta dengan melakukan akad-akad, misalnya akad jual-beli; (2) obyek akadnya dapat diwakilkan *(wakalah)*, agar keuntungan syirkah menjadi hak bersama di antara para *syarîk* (mitra usaha).

Macam-Macam Syirkah:

Pertama, *Syirkah amlak* (Hak Milik). Yaitu penguasaan harta secara kolektif, berupa bangunan, barang bergerak atau barang berharga. Yaitu perserikatan dua orang atau lebih yang dimiliki melalui transaksi jual beli, hadiah, warisan atau yang lainnya. Dalam bentuk syirkah seperti ini kedua belah pihak tidak berhak mengusik bagian rekan kongsinya, ia tidak boleh menggunakannya tanpa seizin rekannya. (*Taudhihul Ahkam*, Syaikh Abdullah Al-Bassam IV/601).

Misalnya, si A dan si B diberi wasiat atau hadiah berupa sebuah mobil oleh seseorang dan keduanya menerimanya, atau membelinya dengan uang keduanya, atau mendapatkannya dari hasil warisan, maka mereka berdua berserikat dalam kepemilikan mobil tersebut. (Fiqhus Sunnah, Sayyid Sabiq III/258, dan Al-Fiqhu Al-Islami wa Adillatuhu, karya Wahbah Az-Zuhaili IV/794)

Kedua, *Syirkah Uqud* (Transaksional/kontrak). Yaitu akad kerja sama antara dua orang yang bersekutu dalam modal dan keuntungan, misalnya, dalam transaksi jual beli atau lainnya. Bentuk syirkah seperti inilah yang hendak kami bahas dalam tulisan kali ini. Dalam syirkah seperti ini, pihak-pihak yang berkongsi berhak menggunakan barang syirkah dengan kuasa masing-masing. Dalam hal ini, seseorang bertindak sebagai pemilik barang, jika yang digunakan adalah miliknya. Dan sebagai wakil, jika barang yang dipergunakan adalah milik rekannya.

Macam-Macam Syirkah Uqud (Transaksional/kontrak):

Berdasarkan penelitian para ulama fikih terdahulu terhadap dalil-dalil syar'i, bahwa di dalam Islam terdapat lima macam syarikah: yaitu: (1) *syirkah al- inân*; (2) *syirkah al-abdân*; (3) *syirkah al-mudhârabah*; (4) *syirkah al-wujûh*; dan (5) *syirkah al-mufâwadhah.*

Menurut ulama Hanabilah, yang sah hanya empat macam, yaitu: *syirkah inân, abdân, mudhârabah, dan wujûh.* Menurut ulama Malikiyah, yang sah hanya tiga macam, yaitu: syirkah inân, abdan, dan mudhârabah. Menurut ulama Syafi'iyah dan Zhahiriyah, yang sah hanya *syirkah inân* dan *mudhârabah.* Sedangkan menurut Hanafiyah semua bentuk syirkah boleh/sah bila memenuhi syarat-syaratnya yang telah ditetapkan. (*Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Wahbah Az-Zuhaili, IV/795).

[1]. *Syirkah al-'Inan*, Yaitu kerja sama antara dua orang atau lebih dengan harta masing-masing untuk dikelola oleh mereka sendiri, dan keuntungan dibagi di antara mereka, atau salah seorang sebagai pengelola dan mendapat jatah keuntungan lebih banyak daripada rekannya.

Jenis syirkah ini yang sering dilakukan oleh kebanyakan orang, karena tidak disyaratkan adanya kesamaan modal, usaha dan tanggung jawab.

Dan, hukum syirkah ini diperbolehkan berdasarkan konsensus para ulama, sebagaimana dinyatakan oleh Ibnu al-Mundzir. (*Al-Fiqhu Al-Islami wa Adillatuhu*, karya Wahbah Az-Zuhaili IV/796).

Contoh syirkah *'inan*: A dan B pengrajin atau tukang kayu. A dan B sepakat menjalankan bisnis dengan memproduksi dan menjualbelikan meubel. Masing-masing memberikan konstribusi modal sebesar Rp 50 juta dan keduanya sama-sama bekerja dalam syirkah tersebut.

Dalam syirkah ini, disyaratkan modalnya harus berupa uang *(nuqud)*; sedangkan barang *('urudh)*, misalnya rumah atau mobil, tidak boleh dijadikan modal syirkah, kecuali jika barang itu dihitung nilainya pada saat akad.

Keuntungan didasarkan pada kesepakatan, sedangkan kerugian ditanggung oleh masing-masing mitra usaha *(syarik)* berdasarkan porsi modal. Jika, misalnya, masing-masing modalnya 50%, maka masing-masing menanggung kerugian sebesar 50%. sebagaimana kaidah fikih yang berlaku, yakni (*Ar-Ribhu 'ala Ma Syaratha wal Wadhi'atu 'ala Qadril Malain*).

Diriwayatkan oleh Abdur Razaq dalam kitab *Al-Jami'*, bahwa Ali bin Abi Thalib ﷺ pernah berkata, "Kerugian didasarkan atas besarnya modal, sedangkan keuntungan didasarkan atas kesepakatan mereka (pihak-pihak yang bersyirkah)."

[2]. Syirkah *al-Mudharabah,* Yaitu, seseorang sebagai pemodal (investor) menyerahkan sejumlah modal kepada pihak pengelola (mudharib) untuk diperdagangkan, dan dia berhak mendapat prosentase tertentu dari keuntungan. (Tentang kajian mudharabah dapat pembaca periksa dalam bahasan Majalah Pengusaha Muslim, edisi 3 volume 1 tgl 15 Maret 2010, pada rubrik Fikih Muamalah).

[3]. Syirkah *al-Wujuh*, Yaitu kerja sama antara dua orang atau lebih yang memiliki reputasi dan nama baik serta ahli dalam bisnis. Mereka membeli barang secara kredit (hutang) dari suatu perusahaan dan menjual barang tersebut secara tunai, lalu keuntungan yang didapat dibagi bersama atas dasar kesepakatan di antara mereka. (*Bada-i'u ash-Shana-i'*, karya al-Kasani VI/77)

Syirkah semacam ini juga dibolehkan menurut kalangan hanafiyah dan hanbaliyah, namun tidak sah menurut kalangan Malikiyah, Syafi'iyah dan Zhahiriyah. (*Al-Fiqhu Al-Islami wa Adillatuhu*, karya Wahbah Az-Zuhaili IV/801)

Disebut *syirkah wujuh* karena didasarkan pada kedudukan, ketokohan, atau keahlian seseorang di tengah masyarakat. Tak seorang pun memiliki modal, namun mereka memiliki nama baik, sehingga mereka membeli barang secara hutang dengan jaminan nama baik tersebut.

Contohnya: A dan B adalah tokoh yang dipercaya pedagang. Lalu A dan B ber-syirkah wujûh, dengan cara membeli barang dari seorang pedagang (misalnya C) secara kredit. A dan B bersepakat, masing-masing memiliki 50% dari barang yang dibeli. Lalu keduanya menjual barang tersebut dan

keuntungannya dibagi dua, sedangkan harga pokoknya dikembalikan kepada C (pedagang).

Dalam *syirkah wujuh* ini, keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan, bukan berdasarkan prosentase barang dagangan yang dimiliki; sedangkan kerugian ditanggung oleh masing-masing mitra usaha berdasarkan persentase barang dagangan yang dimiliki, bukan berdasarkan kesepakatan.

[4]. *Syirkah al-Abdan* (syirkah usaha), Yaitu kerja sama antara dua orang atau lebih dalam usaha yang dilakukan oleh tubuh mereka, yakni masing-masing hanya memberikan konstribusi kerja *('amal)*, tanpa konstribusi modal *(mal)*, seperti kerja sama sesama dokter di klinik, atau sesama arsitek untuk menggarap sebuah proyek, atau kerja sama dua orang penjahit untuk menerima order pembuatan seragam sekolah.

Kerja sama semacam ini dibolehkan menurut kalangan Hanafiyah, Malikiyah, dan Hanabilah, namun imam Syafi'i melarangnya.

Syirkah ini kadang-kadang disebut juga dengan *Syirkah al-A'mal* dan *Ash-Shana-i'.*

Dalam syirkah ini tidak disyaratkan kesamaan profesi atau keahlian, tetapi boleh berbeda profesi. Jadi, boleh saja syirkah 'abdan terdiri dari beberapa tukang kayu dan tukang besi. (*Fiqhus Sunnah*, Sayyid Sabiq III/260). Namun, disyaratkan bahwa pekerjaan yang dilakukan merupakan pekerjaan halal.

Keuntungan yang diperoleh dibagi berdasarkan kesepakatan; nisbahnya boleh sama dan boleh juga tidak sama di antara mitra-mitra usaha (syarik).

Contohnya: A dan B. keduanya adalah nelayan, bersepakat melaut bersama untuk mencari ikan. Mereka sepakat pula, jika memperoleh ikan dan dijual, hasilnya akan dibagi dengan ketentuan: A mendapatkan sebesar 60% dan B sebesar 40%.

Syirkah 'abdan hukumnya boleh berdasarkan dalil as-Sunnah. Dari Abdullah bin Mas'ud ﷺ, ia berkata, "Aku pernah berserikat dengan Ammar bin Yasir dan Sa'ad bin Abi Waqash mengenai harta rampasan perang pada Perang Badar. Sa'ad membawa dua orang tawanan, sementara aku dan Ammar tidak membawa apa pun." (HR. Abu Dawud, An-Nasa'i dan Ibnu Majah)

Hal itu diketahui Rasulullah ﷺ dan beliau membenarkannya dengan taqrîr.

[5]. *Syirkah al-Mufawadhah*, Yaitu kerja sama antara dua orang atau lebih. Setiap pihak memberikan suatu porsi dari keseluruhan dana dan berpartisipasi dalam kerja. Setiap pihak membagi keuntungan dan kerugian secara sama.

Syirkah Mufawadhah juga merupakan syirkah komprehensif yang dalam syirkah itu semua anggoga sepakat melakukan aliansi dalam semua jenis kerja sama, seperti 'inan, abdan dan wujuh. Di mana masing-masing menyerahkan kepada pihak lain hak untuk mengoperasikan segala aktivitas yang menjadi komitmen kerja sama tersebut, seperti jual beli, penjaminan, penggadaian, sewa menyewa, menerima tenaga kerja, dan sejenisnya. Atau syirkah ini bisa pula diartikan kerja sama dalam segala hal.

Namun tidak termasuk dalam syirkah ini berbagai hasil sampingan yang didapatkannya, seperti barang temuan, warisan dan sejenisnya. Dan juga masing-masing tidak menanggung berbagai bentuk denda, seperti mengganti barang yang dirampas, ganti rugi syirkah, mengganti barang-barang yang dirusak dan sejenisnya. Dengan demikian, syarat utama dari Syirkah ini adalah kesamaan dalam hal-hal berikut: Dana (modal) yang diberikan, kerja, tanggung jawab, beban utang dibagi oleh masing-masing pihak, dan agama. (*Al-Fiqhu Al-Islami wa Adillatuhu*, karya Wahbah Az-Zuhaili IV/798, dan *Fiqhus Sunnah*, Sayyid Sabiq III/259-260).

Hukum syirkah ini dalam pengertian di atas dibolehkan menurut mayoritas ulama seperti Hanafiyah, Malikiyah dan Hanabilah. Sebab, setiap jenis syirkah yang sah ketika berdiri sendiri, maka sah pula ketika digabungkan dengan jenis syirkah lainnya. Namun, Imam asy-Syafi'i melarangnya.

Adapun keuntungan yang diperoleh dalam syirkah ini dibagi sesuai dengan kesepakatan, sedangkan kerugian ditanggung sesuai dengan jenis syirkahnya; yaitu ditanggung oleh para pemodal sesuai porsi modal (jika berupa *syirkah 'inan*), atau ditanggung pemodal saja (jika berupa *syirkah mudharabah*), atau ditanggung mitra-mitra usaha berdasarkan persentase barang dagangan yang dimiliki (jika berupa *syirkah wujuh*).

Contohnya: A adalah pemodal, berkonstribusi modal kepada B dan C, dua insinyur teknik sipil, yang sebelumnya sepakat, bahwa masing-masing berkonstribusi kerja. Kemudian B dan C juga sepakat untuk berkonstribusi modal, untuk membeli barang secara kredit atas dasar kepercayaan pedagang kepada B dan C.

Dalam hal ini, pada awalnya yang ada adalah syirkah 'abdan, yaitu ketika B dan C sepakat masing-masing ber-syirkah dengan memberikan konstribusi kerja saja. Lalu, ketika A memberikan modal kepada B dan C, berarti di antara mereka bertiga terwujud syirkah mudhârabah. Di sini A sebagai pemodal, sedangkan B dan C sebagai pengelola. Ketika B dan C sepakat bahwa masing-masing memberikan konstribusi modal, di samping konstribusi kerja, berarti terwujud syirkah inân di antara B dan C. Ketika B dan C membeli barang secara kredit atas dasar kepercayaan pedagang kepada keduanya, berarti terwujud syirkah wujûh antara B dan C. Dengan demikian, bentuk syirkah seperti ini telah menggabungkan semua jenis syirkah yang ada, yang disebut syirkah mufâwadhah.

Demikian pembahasan singkat tentang hukum syirkah (kerja sama) dan bentuk-bentuknya dalam bisnis syariah. Semoga bermanfaat bagi kita semua. *Wallahu a'lam bish-shawab.*

GHAZA
the choice to health

TERSEDIA BERBAGAI MACAM HERBAL

DEPKES.RI.P-IRT
No. 212 327 504 469

HABBATUSSAUDA

Habbatussauda' Kapsul
isi 100 Rp.22.000
isi 210 Rp.40.000
Minyak Habbatussauda' Kapsul
isi 90 Rp.30.000
isi 100 Rp.55.000
isi 200 Rp.95.000
Minyak Habbatussauda'
isi 30 ml Rp.20.000
isi 100 ml Rp.55.000

EXTRACT VIRGIN OLIVE OIL

Minyak zaitun kapsul
isi 100 Rp.35.000
isi 200 Rp.65.000

Minyak zaitun
isi 60 ml Rp.15.000
isi 140 ml Rp.30.000

EXTRACT VIRGIN OLIVE OIL
Merupakan minyak zaitun paling murni dengan kadar Keasidan 0,5-1%, warnanya kehijau-hijauan.

Syifa' Mubarok
Kapsul Ruqyah & Bekam

Efektif sebagai terapi Ruqyah & Bekam yang berguna untuk melancarkan sirkulasi darah ke seluruh tubuh dan mengelastis dinding pembuluh darah (vasodilator), membantu pembentukan sel darah merah yang sehat, membantu meningkatkan energi dan daya tahan tubuh serta memulihkan kondisi tubuh yang lemah.

Komposisi:
Daun sirih
Habbatussauda
Sambiloto

Rp.35.000

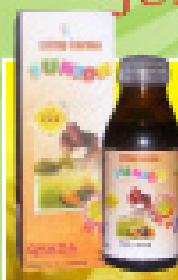
Bee SMART
madunya anak cerdas

Merupakan suplemen multivitamin anak-anak paling lengkap dengan komposisi seimbang untuk meningkatkan daya tahan anak dan mendukung proses tubuh kembang yang optimal
Mengandung : Pure honey, Nigella sativa Oil, Curcuma Rhizoma Extract, Centella Asiatica Extract.

isi 160 gr

Rp.25.000

JUNIOR Syirup Kurma

DEPKES.RI.P-IRT No. 214 3275 02 469

Diramu dari kurma pilihan, Nigella Sativa Oil dan Olive oil sehingga mampu meningkatkan daya tahan tubuh anak terhadap penyakit dan efektif meningkatkan trombosit pada penderita DBD. Mengoptimalkan proses tumbuh kembang fisik & mental anak.

Komposisi :Dates, Nigella Sativa Oil, Olive Oil

isi 180 gr

Rp.25.000

Madu Cinta

ekstrak purwoceng
ekstrak pasak bumi
ekstrak tribulus

Madu Cinta merupakan alternatif solusi yang aman tanpa efek samping guna meningkatkan kualitas hubungan dengan pasangan demi keharmonisan rumah tangga.

Rp.45.000

Fantastic 4

spesial maag & insomnia

Komposisi :
Madu
Dates
Nigella Sativa oil
dll

Rp.45.000

Keladi Tikus

penghambat kanker & tumor

Komposisi :
Pure Honey & Typhonium Flagelli Forme Extract

Rp.45.000

Madu GHAZA

DEPKES.RI.P-IRT No. 10932750/1469

- Madu Gadung Cina 350 ml — Rp.45.000
  anti rematik
- Madu Rumput Mutiara 350 ml — Rp.45.000
  anti jerawat
- Madu Seledri 350 — Rp.45.000
  anti Hipertensi
- Madu Keji Beling 350 ml — Rp.45.000
  peluruh batu ginjal
- Madu Tapak Liman 350 ml — Rp.45.000
  anti radang
- Madu alang-alang 350 ml — Rp.45.000
  anti hepatitis
- Madu murni Riau 0,5 kg — Rp.37.000
  Madu murni Riau 1 kg — Rp.67.000

produk-produk GHAZA

- Kapsul Anti Jerawat 80 kapsul — Rp.30.000
- Kapsul Gurah 60 kapsul — Rp.25.000
- Habba Slim 80 kapsul — Rp.35.000
- Teh Rosella Mesir 50 gram — Rp.15.000
- Bee Polen 100 kapsul — Rp.40.000
- Sari Kurma 360 gr — Rp.40.000

hanya dengan belanja **1,5 juta** dapatkan !!! DISCOUNT **50%**

HUBUNGI :

Berbagai jenis produk suplemen/herbal beredar dipasaran dengan klaim produknya yang terbaik dan berkualitas tinggi, namun hanya tubuh andalah yang dapat menjadi juri yang paling jujur dan adil untuk menilai dan menentukan baik tidaknya kualitas produk, bukan dari mahal atau murahnya harga produk suplemen tersebut.

Ir. Anang Lastriyanto, M.Si

VACUUM FRYER
SOLUSI AWET TANPA BAHAN PENGAWET

Mungkin Anda merasa bingung ketika produksi buah-buahan, sayuran dan umbi-umbian tak laku di pasaran. Atau dibiarkan membusuk, mubadzir tidak termakan saking banyaknya. Sungguh sangat disayangkan jika Anda membiarkan hasil bumi tersebut terbuang percuma. Nah, daripada Anda digelayuti perasaan merugi alangkah baiknya jika memperlakukan produksi buah-buahan, sayuran dan umbi-umbian tersebut dengan cara yang lain. Artinya, diolah dalam varian yang berbeda. Semisal dibuat keripik. Bisakah buah-buahan atau umbi-umbian dibuat keripik? Bisa!

Adalah Ir. Anang Lastriyanto, Msi, dosen Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya (Unibra) Malang, Jawa Timur yang menawarkan solusi tersebut. Yakni dengan menciptakan alat yang dia beri nama penggoreng vakum atau *vacuum fryer*. Pria kelahiran Sleman, Yogyakarta 4 Oktober 1962 ini mengaku menemukan alat vakum tersebut tatkala melihat pameran mesin penggoreng vakum di Korea. Sayangnya, menurut Anang mesin itu terbilang mahal. Praktis bagi pengusaha kelas kecil akan susah menjangkaunya. Harga *vacuum fryer* (belum termasuk sarana seperti bangunan sipil dan sarana pelayanan mesin) berkapasitas 25 kg pada tahun 1992 telah menyentuh angka Rp 75 juta.

Dari situlah, Anang berpikir. Pria lulusan Teknologi Pertanian Unibraw Malang tahun 1987 ini pun lantas memulai proyek pembuatan alat penggorengan hasil pertanian tersebut. Namun, untuk mewujudkan impian tersebut bukanlah perkara yang mudah. Anang mengaku membutuhkan waktu yang relatif lama. "Lama penelitian hingga dihasilkan prototipe mesin butuh sekitar dua tahun (1993-1995). Sementara hingga tahap prototipe komersial membutuhkan waktu tiga tahun (1995-1998)," dia menjelaskan.

Urusan berapa modal yang digelontorkan untuk mewujudkan mesin penggoreng tersebut, Anang mengaku sudah tak terhitung lagi. Itu pun dia ambilkan dari gajinya sebagai PNS. Dana yang cekak dan minimnya sokongan pihak sponsor itulah yang menjadi kendala dalam menciptakan alat tersebut. Pun demikian bukan berarti Anang patah arang. Semangatnya yang tinggi menjadi faktor penentu bagi terwujudnya impiannya. Terbukti. Anang berhasi memproduksi alat penggorengan tersebut dengan jumlah produksi yang terus bertambah. Tercatat pada tahun 1997 hingga 2004, dia berhasil memproduksi sekitar 329 unit. Dengan penetrasi pasar menjangkau 24 provinsi.

Rasa bangga patut dimiliki Anang. Pria yang tinggal di Jl. Rajekweksi No.11 Malang, Jawa Timur ini mengaku mesin buatannya telah banyak dimanfaatkan para pelaku agroindustri di pedesaan maupun perkotaan seluruh Indonesia. Menurut suami dari Arie Noer Handayani ini, salah satu komponen dasar penentu keberhasilan alat itu ialah pompa vakum. Sayangnya, pompa vakum mekanis selain susah diproduksi secara massal, juga memerlukan biaya operasional yang terbilang tinggi. "Untuk itu kami memilih pompa nonmekanis. Yakni, dengan sistem jet air (*water jet*) yang menggunakan prinsip kerja Bernoulli," ucapnya menerangkan.

Dilihat dari prinsip kerja alat ini adalah mengeringkan bahan baku dengan cara menggoreng. Namun, tidak merusak kualitas rasa maupun wujud fisik bahan yang digoreng. Jadi, tetap memakai media minyak goreng. Salah satu keunggulan dari mesin ini ialah dari sisi penggunaan minyak gorengnya. Artinya, meski digunakan untuk menggoreng 100 kali tetap saja warna minyak tersebut tidak berubah. Juga sangat minim *gogrogan* (sisa penggorengan berupa serpihan bahan yang digoreng--red). Hebatnya lagi bahan yang digoreng tidak pecah.

Meski telah menciptakan mesin yang dibutuhkan bagi para pelaku agroindustri, Anang tetap saja tak mengaku berapa besar omsetnya. Yang pasti dia mengaku bangga dengan apa yang telah dicapai. "Ini karunia Allah yang pantas disyukuri. Dan masyarakat luas silakan memanfaatkannya," katanya. Rasa bangga Anang sepertinya tak salah. Jika dikaitkan dengan sikap masyarakat Indonesia yang selama ini hanya sekadar menjadi penonton atau penikmat teknologi. Artinya, sedikit keberhasilan yang dilakukan Anang menjadi bukti bahwa masyarakat Indonesia sebenarnya bisa menjadi pemain atau menjalankan industrinya.

Bukan hanya itu, keberhasilan Anang menciptakan mesin penggoreng tersebut turut serta menyelamatkan kerusakan hasil pertanian. Malah bisa dikatakan membantu memberi nilai plus bagi produk pertanian. Bagi kota Malang sendiri, khususnya di Batu menjadi kota keripik buah apel.

Salah satu penikmat hasil karya teknologi Anang, yakni Fakultas Pertanian Program Studi Agrobisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Menurut Dosen UMY, Ir. Triwara Buddhi Satyarani, M.P., teknologi yang telah diciptakan Anang bisa memacu mahasiswa untuk lebih paham dan mengoptimalkan potensi buah-buahan. Artinya, buah bukan hanya sekadar dikonsumsi sebagai buah segar, tetapi bisa juga dijadikan olahan lain. Semisal, keripik.

Acungan jempol pantas diberikan Anang. Teknologi ciptaannya memberikan angin segar bagi penggunanya. Utamanya bagi mereka yang menjalankan bisnis keripik buah. Faktanya, dari waktu ke waktu prospek bisnis keripik buah makin cerah. Dilihat dari keuntungan yang bisa diraihnya pun fantastis. Bisa 100% lebih. Sebagai contoh, harga keripik buah apel per kilonya mencapai Rp 110.000. Padahal harga buah apel segar sekitar Rp 15.000. Jelas memiliki keuntungan yang berlipat. Terlebih sampai saat ini, belum ada standarisasi harga di pasaran. "Praktis, kita bisa bikin standar harga sendiri," papar Triwara.

Belum lagi, masih minimnya kepemilikan mesin tersebut oleh masyarakat umum juga menjadi peluang. Triwara mengaku pada tahun 2006, dia membeli mesin tersebut seharga Rp 13,5 juta. Lumayan mahal. Bagi Anda yang minat memiliki usaha sampingan, mahalnya harga mesin penggorengan vakum bisa disiasati dengan cara membeli secara gotong royong.

Sebagai salah satu pemakai mesin ini, Triwara mengaku tidak kesulitan dalam mengoperasionalkannya. Bahkan ia yakin para petani pun bisa menjalankannya. Hanya saja ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Seperti, proses penggorengan yang harus sempurna. Artinya, tidak boleh ada kebocoran dari penutup. Serta menjaga kebersihan bahan dan lingkungan sekitar. Soal kadar vitamin dan rasa? Triwara mengaku tidak terdapat masalah. Kadar vitamin tidak menurun setelah digoreng. Kecuali, buah yang mengandung vitamin C. Sementara untuk soal rasa, hampir tidak beda jauh dengan buah yang dikonsumsi dalam bentuk segar. Jika dibikin keripik, Anda pun bisa berkreasi dengan beragam rasa. *Hemm*, menggiurkan bukan? **(Herbayu)**

Bersama: *Muhammad Wasitho, Lc.*

KUIS SMS BERHADIAH TERMASUK JUDI?

Assalamu alaikum warahmatullah wabarakatuh,
Ustadz, apakah hukum Kuis-kuis berhadiah lewat SMS yang banyak ditayangkan di stasiun-stasiun televisi termasuk judi atau bukan? mohon dijelaskan dengan dalil-dalil syar'i. Syukran wa jazakumullah khairan.
Abdul Wahab al-Jawi di Sukoharjo

Waalaikum salam warahmatullah wabarakatuh.

Bismillahirrahmanirrahim,

Segala puji bagi Allah Rabb semesta alam. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad, keluarganya, para sahabatnya serta orang-orang yang berpegang teguh dengan ajarannya hingga akhir zaman.

Tidak dipungkiri lagi, belakangan ini kuis-kuis SMS berhadiah di televisi telah menggila. Kebanyakan atau hampir semua stasiun televisi yang ada di dalam dan luar negeri ini ikut menyelenggarakan dan menyiarkannya secara *live*. Program tersebut banyak diminati para pemirsa, meskipun tarifnya mencapai Rp 2.000,00 per SMS atau jauh lebih mahal dari tarif normal yang hanya Rp 100,00 karena menjanjikan hadiah menggiurkan. Siapa tidak tergoda, hanya dengan kirim SMS bertarif Rp 2000,00 orang bisa berharap hadiah bernilai puluhan atau ratusan juta.

Untuk menjawab, apakah kuis sms berhadiah tersebut termasuk judi atau bukan, maka terlebih dahulu kita mengetahui makna judi dan unsur-unsur yang ada di dalamnya.

Makna dan unsur-unsur judi

Al-Mawardi asy-Syafi'i menjelaskan makna Al-Maisir (judi) dengan mengatakan, "Permainan yang mana para pesertanya mengambil (hadiah/taruhan, pent) jika ia menang, dan memberikan (hadiah/taruhan, pent) bila ia kalah." (*Al-Hawi al-Kabir* (XIX/225)).

Sedangkan Ibnu Abil Fath al-Hanbali mengatakan bahwa Al-Maisir (judi) ialah "Suatu permainan untuk memperebutkan sebuah harta yang akan diambil oleh sang pemenang dari siapa pun orangnya yang kalah." (Al-Mathla' hal. 256-257, dinukil dari *Al-Hawafiz at-Tijariyyah at-Taswiqiyyah wa Ahkamuha fil Fiqhil Islami*, karya syaikh Khalid Al-Mushlih hal.53).

Adapun unsur-unsur judi ialah sebagaimana berikut:

- Ada bandar atau pengelola
- Ada pemain
- Ada sarana atau media
- Ada taruhan
- Ada imbalan atas taruhan jika pemain menang
- Ada pengundian/pengacakan
- Ada sifat gambling atau untung-untung
- Adanya penyerah taruhan dari pemain yang kalah ke pemain yang menang.

Setiap aktivitas yang memiliki semua unsur tersebut di atas bisa dikatagorikan perjudian. Islam secara jelas dan tegas telah mengharamkan perjudian karena kegiatan ini banyak membawa keburukan dan kerusakan, baik kepada bandar dan pemain dan juga orang di sekitar mereka (teman, keluarga dan masyarakat).

Dalil-dalil haramnya perjudian

Di dalam Al-Quran Allah ﷻ berfirman,

"Hai orang-orang mukmin! Sesungguhnya arak dan judi dan berhala dan azlam adalah kotor berasal dari perbuatan setan; oleh karena itu jauhilah supaya kamu beruntung. Sesungguhnya setan hanya bermaksud akan menjatuhkan permusuhan dan kebencian di antara kamu melalui arak dan permainan judi serta akan menghalangi kamu dari ingat kepada Allah dan shalat; oleh karena itu apakah kamu mau berhenti?" (QS. Al-Maidah: 90-91)

Kedua ayat ini menunjukkan secara jelas akan keharaman judi, yang mana Allah ta'ala mensifatinya dengan sifat kotor yang berasal dari setan, dan dia memerintahkan agar menjauhinya. (*Al-Hawafiz at-tijariyyah at-taswiqiyyah wa Ahkamuha fil Fiqhil Islami,* karya syaikh Khalid Al-Mushlih hal.55).

Dan firman-Nya pula:

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (QS. An-Nisa': 29)

Memakan harta dengan jalan yang batil itu ada dua cara; *Pertama,* Mengambil harta orang lain tanpa kerelaan si empunya, bahkan dengan cara zhalim, mencuri, korupsi, khianat dan sejenisnya. *Kedua,* Mengambil harta orang lain atas kerelaan si empunya, tetapi dengan cara yang tidak syar'i, seperti judi dan riba.

Dan Rasulullah ﷺ bersabda,

"Barangsiapa berkata kepada saudaranya, mari bermain judi, maka hendaklah ia bershodaqoh." (HR. Bukhari III/299 no.4860, dan Muslim III/1267 no.1647, dari Abu Hurairah ؓ). Di dalam hadits ini, Nabi menjadikan seruan kepada perjudian sebagai sebab diperintahkannya mengeluarkan *kaffarah* (tebusan dosa) berupa shodaqoh. Maka hal ini menunjukkan atas haramnya perjudian, baik di dalam bab muamalah maupun perlombaan. Kaum muslimin pun telah sepakat akan keharaman judi.

Syaikhul Islam Ibnu Taimiyah berkata, *"Apa saja yang dilarang di dalam Al-Quran dan As-Sunnah, pada umumnya bertujuan untuk mewujudkan keadilan dan mencegah kezhaliman, seperti memakan (mengambil) harta dengan cara yang batil dan sejenisnya, seperti riba dan judi."* (*Majmu' Al-Fatawa,* XXVIII/385).

Kuis SMS berhadiah bentuk perjudian modern?

Dalam perjudian tradisional, umumnya bandar dan pemain bertemu secara langsung dalam suatu tempat. Alat yang digunakan bisa bermacam-macam, mulai dari kartu sampai dadu. Pada model perjudian ini, pemain biasanya menetapkan taruhan terlebih dahulu sebelum permainan dimulai. Model perjudian tradisional ini mudah sekali diidentifikasi sebagai perjudian.

Namun, akhir-akhir ini muncul bentuk-bentuk perjudian baru yang jika kita (umat Islam) tidak waspada kita bisa terjebak di dalamnya. Model perjudian ini biasanya memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dimana bandar/pengelola dan pemain tidak bertemu secara langsung. Contoh yang mudah kita temukan dalam kehidupan sehari-hari adalah kuis sms berhadiah.

Dalam kuis tersebut, calon peserta diminta untuk melakukan pendaftaran terlebih dahulu dengan mengirimkan SMS yang berisi kode-kode tertentu, misal REG [spasi] HADIAH dan dikirim ke nomor layanan SMS premium. Calon peserta akan dikenakan biaya Rp. 2000 + PPN yang dibebankan melalui pulsa. Setelah calon peserta melakukan registrasi, peserta akan mendapatkan nomor PIN tertentu yang nantinya akan diundi selama kuis berlangsung.

Sekilas memang kuis tersebut tidak terkesain sebagai suatu perjudian. Namun, jika diteliti lebih mendalam, kuis sms berhadiah tersebut mengandung semua unsur perjudian sebagaimana disebutkan di atas.

- Bandar atau pengelola, dalam hal ini adalah pengelola sms premium.
- Pemain, adalah orang-orang yang melakukan registrasi
- Sarana atau media yang digunakan dalam hal ini adalah media elektronik, HP dan provider SMS Premium
- Taruhan, yang dijadikan taruhan dalam sms berhadiah ini memang bukan uang tetapi bisa disamakan dengan uang. pulsa yang digunakan untuk registrasi (Rp 2000 + PPN) bisa disamakan dengan uang karena pada hakekatnya pulsa dibeli dengan uang.
- Imbalan atas taruhan jika peserta menang bisa berupa uang tunai atau hadiah-hadiah menarik lainnya, misal sepeda motor, mobil, dan lain-lain.
- Pengundian/pengacakan dilakukan oleh pengelola sms premium.
- Adanya gambling atau untung-untung
- Adanya penyerah taruhan dari pemain yang kalah ke pemain yang menang. Pemain yang kalah memang tidak menyerahkan langsung kepada pemain yang menang, tetapi melalui perantara pengelola sms premium.

Dengan demikian, dapat disimpulkan secara tegas dan jelas bahwa kuis sms berhadiah seperti di atas adalah salah satu bentuk perjudian karena memenuhi semua unsur-unsur perjudian sebagaimana disebutkan di atas.

Oleh karenanya, dihimbau kepada semua umat Islam untuk tidak mengikuti kuis sms berhadiah seperti yang telah dijelaskan di atas. Selanjutnya, untuk pihak-pihak yang berkepentingan, mohon kiranya model-model kuis semacam itu untuk dilarang sehingga dikemudian hari tidak muncul model-model perjudian baru.

Demikian jawaban atas pertanyaan ini, semoga menjadi ilmu yang bermanfaat dan peringatan bagi kita semua. *Wallahu a'lam bish-shawab.*

Oleh: *Gedhe Yahya*

ANDA DI KUADRAN MANA, BOS?

Akhir-akhir ini penulis sering melakukan perjalanan menggunakan kereta api (KA). Dalam perut ular besi yang panjang itu penulis sering mendengar dan menemukan berbagai hal. Di suatu hari penulis mendengar sekelompok orang yang sedang asyik memperbincangkan tentang mantan-mantan bosnya. Ada yang memuji setinggi langit, tetapi lebih banyak yang mengeluh dan berkesah.

Hingga ada yang saat itu bernostalgia begini, "Yang bikin lebih sakit lagi, ucapan yang dilontarkan bos itu terjadi di depan anak buah kita. *Huaduh,* sakitnya hati ini. Kalau saja boleh, pasti sudah kujitak, tuh, kepala bos yang suka meruntuhkan kehormatanku di depan orang lain!"

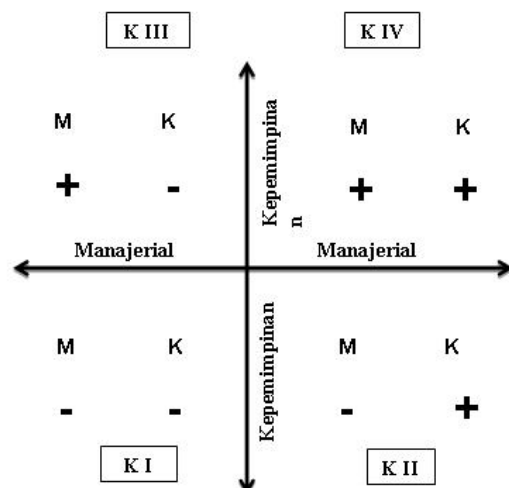
Dijadikan bahan pembicaraan memang salah satu risiko menjadi seorang bos (baca: pemimpin). Meski begitu banyak orang berebut ingin menjadi pemimpin. Secara intuitif manusia pada umumnya memang ingin memimpin yang lain. Yang menyadari—bukan hanya mengetahui—besarnya risiko dan tanggung jawab seorang pemimpin tentu akan berat seandainya mendapatkan tawaran sekalipun.

Ternyata memang tidak gampang menjadi seorang bos (baca: pemimpin). Menjadi bos tentu tidak cukup sekadar sebatas namanya diembel-embeli 'pemimpin....' di profil perusahaan atau kartu nama. Secara umum seorang bos bertanggung jawab pada kelancaran berbagai divisi yang berada di bawah pengawasannya. Kemudian dia juga mempertanggungjawabkannya kepada bos atasannya. Semua bos memang punya kewajiban untuk memimpin anak buahnya, dengan segala cara yang dia kuasai dan disukai. Yang jelas, apapun gayanya kelak akan dipertanggungjawabkan. Mau tidak mau dia harus memimpin. Bahkan dalam ajaran agama, semua orang adalah bos.

"Setiap dari kamu adalah pemimpin dan setiap kamu akan dimintai pertanggung jawabannya atas apa yang dipimpinnya." (Shahih al-Bukhari no. 893)

Kuadran para Pemimpin

Banyak yang percaya bahwa pemimpin itu dilahirkan, meski juga tidak sedikit yang merasa yakin bahwa pemimpin itu dibentuk dengan proses. Apapun, orang yang mendapat amanah untuk menjadi pemimpin, termasuk pemimpin perusahaan—sekalipun perusahaan milik Anda pribadi, tampak mempunyai beragam karakter dan gaya. Kebijakan, aturan, suasana, hingga setting kantor pun ikut terpengaruh bagaimana sang bos. Ada yang suka resmi-resmi banget, ada juga yang setengah-setengah, bahkan ada juga yang *nggak* mau tahu.

Sebagian peneliti kemudian mengelompokkan berbagai katrakter dan gaya memimpin itu dalam empat kelompok utama. Setiap kelompok utama dimasukkan dalam sebuah kuadran. Tentunya masing-masing kuadran sangat mungkin mempunyai ragam yang lebih rinci lagi. Empat kuadran tersebut diukur dengan dua indicator utama, yaitu karakter kepemimpinan dan kemampuan manajerial. Kuadran di sini disekat oleh dua garis imajiner yang berpotongan di tengahnya; ke kiri dan ke bawah bernilai negatif sementara arah ke atas dan ke kanan bernilai positif. Gambarannya sebagai berikut:

"Bisa dikatakan semua kondisi sebuah perusahaan kembali kepada keadaan pemimpin. Jika keburukan yang dicontohkan kepada bawahan, maka jangan heran jika keadaan karyawan pun pun tak beda jauh"

Sifat Masing-masing Kuadran

Kuadran di sini lebih menggambarkan pada karakter pemimpin dan gaya kepemimpinannya, di samping juga menunjukkan akibat dari kedua hal tersebut. Paparan secara lebih detil adalah sebagai berikut:

Kuadran I (K I)

1. Apabila ada masalah maka pimpinan akan selalu berkata, "Atur sajalah mana baiknya" dan dirinya tidak terlibat walaupun ada.
2. Tidak tahu apa yang harus dilakukan.
3. Terlalu menyederhanakan semua masalah yang ada.
4. Kurang menghargai bawahan.
5. Kalau terpojok suka marah.
6. Tidak tahu harus memulai dari mana.
7. Percaya diri yang berlebihan sehingga cenderung mau mengurusi semua hal meski tanpa ilmu.
8. Cenderung punya prinsip bahwa segala sesuatu yang penting bisa jalan.
9. Pola manajemen dikembangkan secara tradisional

Kuadran II (K II)

1. Suasana kerja datar-datar saja, hasil tidak maksimal.
2. Peraturan terlalu mudah berubah, kalaupun tidak berubah terlalu longgar dalam pelaksanaannya.
3. Terlalu bijaksana dan tidak tegas.
4. Hubungan dengan staf bagus dan sangat menguntungkan bagi bawahan yang suka cari muka dan tidak disiplin.
5. Tidak ada alat ukur yang spesifik untuk menilai sebuah pekerjaan.
6. Staf kurang disiplin.
7. Terlalu menggampangkan masalah.
8. Administrasi kocar-kacir.
9. Pimpinan ada atau tidak ada, tidak mempengaruhi kerja.
10. Hasil kurang bermutu, kegiatan hanya rutinitas.
11. Gaya kepemimpinan *Laissez Faire.*

Kuadran III (K III)

1. Disiplin tinggi, tetapi kaku.
2. Orang bekerja di situ karena tidak ada pilihan lain.
3. Jika mengoreksi atau memberikan instruksi bikin karyawan stress (sakit hati).
4. Mematok semua program harus terlaksana sesuai rencana, tanpa memperhatikan keadaan lapangan yang bisa jadi tidak mendukung.
5. Karyawan bekerja asal-asalan sehingga produk kurang berkualitas.
6. Sarat dengan konflik.
7. Mudah memberhentikan staf yang tidak sesuai dengan seleranya.
8. Lebih mengedepankan hukuman daripada penghargaan.
9. Kurang empati sama bawahan.
10. *Midle management* atau karyawan sering gonta-ganti karena tidak betah.
11. Iklim perusahaan tidak sehat.
12. Meski sering bertemu secara fisik, tetapi hati tidak *nyambung*.
13. Kurang menghargai bawahan
14. Gaya kepemimpinan otoriter

Kuadran IV (K IV)

1. Tegas sekaligus santun.
2. Hubungan emosional tampak sehat, sehingga iklim perusahaan menjadi kondusif.
3. Perusahaan berjalan secara dinamis.
4. Tanggung jawab yang diemban berimbang dengan *reward* yang diterima.
5. Semua komponen perusahaan berfungsi secara normal.
6. Karyawan memiliki motivasi yang tinggi.
7. Komunikasi dapat berjalan dengan semua pihak.
8. Selalu menghargai semua ide dan karya karyawan, terutama karyawan yang menonjol.
9. Suka mendorong stafnya untuk meningkatkan kualifikasi yang dimilikinya.
10. Bersikap arif dan bijaksana.
11. Penuh dengan inovasi dan melibatkan staf dalam pengambilan keputusan.
12. Gaya kepemimpinannya 'merakyat'.

Bagaimanapun karakter dan gaya kepemimpinan Anda, bukan kemudian menjadikan hasil riset sebagian peneliti ini menjadi bahan perdebatan. Atau bahkan mengelak dengan melontarkan pernyataan yang menunjukkan ketidakpercayaan terhadap si peneliti. Toh, para peneliti itu melakukan riset bukan karena dibayar untuk merendahkan atau mencela Anda. Jadi, sebagai pemimpin perusahaan, entah kecil, sedang, besar, atau tengah meraksasa, justru Anda punya kepentingan dengan hasil penelitian tersebut. Alih-alih mempertanyakan keakuratan hasil penelitian, justru selayaknya Anda bertanya pada diri sendiri: di kuadran mana saya, ya?

SELALU TAMPIL PERCAYA DIRI

Grogi, minder, dan berkeringat dingin, barangkali pernah Anda rasakan ketika menghadapi suatu kejadian. Misalnya, saat Anda presentasi atau menghadapi keadaan yang membuat Anda panik. Sedangkan, kala itu Anda merasa tidak siap dengan potensi yang Anda miliki dalam menyelesaikan masalah yang muncul. Keadaan seperti ini yang membuat nyali Anda ciut dan muncullah krisis percaya diri.

Krisis percaya diri bisa muncul karena Anda tidak siap menghadapi suatu keadaan. Atau, malah sebaliknya. Sebenarnya Anda memiliki kemampuan dalam menghadapi keadaan yang menyesakkan nafas Anda, hanya saja pikiran Anda bertarung hanya untuk beradu argumentasi antara ”Anda mampu” dan ”Anda kalah."

Krisis ini biasanya akan menghinggapi setiap orang. Siapapun itu. Akar penyebab kurangnya kepercayaan diri ini tidak terletak pada kejadian dalam kehidupan sehari-hari. Melainkan, dipicu oleh sistem kepercayaan diri yang dibangun seeorang selama tahun-tahun. Pembentukan sistem ini dipengaruhi oleh orang-orang penting dalam kehidupan seseorang. Misalnya orang tua, sahabat, rekan kerja, dan sebagainya.

Sistem kepercayaan diri ini akan mempengaruhi hasil perilaku seseorang. Anda. Dan, ada kalanya, sistem ini akan mendorong Anda untuk menerapkan hasil sikap yang negatif, seperti canggung, takut, grogi, dan lainnya. Karena, terkadang seseorang tidak siap mengahadapi sesuatu lantaran ada “suara kecil” di kepala yang selalu meneriakkan “Anda tidak bisa." Bagi orang yang selalu membuka hati terhadap ajakan pesimistis itu, maka sistem kepercayaan dirinya akan menurun.

Banyak ahli menilai, kepercayaan diri adalah faktor penting dalam mewujudkan antara kesuksesan dan kegagalan. Sehingga, tidak sedikit yang memberikan pandangannya mengenai teknik- membangkitkan rasa percaya diri. Ada faktor lain yang tidak kalah pentingnya dalam memprediksi kesuksesan seseorang. Kita sering menyebutnya dengan antusiasme, hasrat, ketekunan, kerja keras, serta kebulatan tekad seumur hidup yang dimiliki seseorang.

Sebagian pakar mengungkapkan, untuk mencapai sukses, kematangan pribadi seseorang sangat dibutuhkan. Karena, kematangan pribadi akan mengantarkan seseorang pada sikap optimis dan sadar bahwa apa yang dicita-citakannya akan mudah diraih. Namun, ketika Anda berusaha meraih yang diinginkan, banyak tantangan yang harus dihadapi. Sehingga, ada kalanya seseorang begitu tegar. Tetapi, tidak sedikit juga yang patah semangat bahkan menyerah karena merasa tidak sanggup menghadapi tantangan yang ada di depannya. Pada saat seperti ini, rasa percaya diri penting untuk ditumbuhkan. Berikut ini adalah beberapa kiat guna membangun percaya diri.

Pertama, Berani bertanggung jawab. Sifat ini yang akan mendorong Anda untuk tampil "sempurna" tanpa mempedulikan hambatan apapun yang menghadang.

"Sebagian pakar mengungkapkan, untuk mencapai sukses, kematangan pribadi seseorang sangat dibutuhkan. Karena, kematangan pribadi akan mengantarkan seseorang pada sikap optimis dan sadar bahwa apa yang dicita-citakannya akan mudah diraih."

Sebaliknya, seseorang yang berkinerja buruk dan gagal mencapai kapasitas maksimumnya, cenderung melimpahkan kesalahannya pada siapa saja, termasuk karyawannya.

Kedua, mengembangkan nilai positif. Jalan menuju kepercayaan diri akan semakin cepat saat Anda mengembangkan nilai-nilai positif pada diri sendiri. Salah satu cara untuk mengembangkannya adalah dengan menghilangkan ungkapan-ungkapan yang mematikan dan menggantinya dengan ungkapan-ungkapan kreatif. Buatlah peralihan bahasa yang sederhana tapi efektif, dari pernyataan negatif ke pernyataan positif. Misalnya, mengganti ungkapan, "Saya tidak bisa," menjadi, "Saya bisa!"

Ketiga, bacalah potensi diri. Jangan tunda lagi, bersegeralah untuk melacak, menggali, dan mengeksplorasi potensi sukses yang ada pada diri Anda. Misalnya, dengan bertanya kepada orang-orang terdekat. Anda bisa pula mengikuti psikotes dan mendatangi para ahli, seperti psikiater, dokter, bahkan uztadz untuk melacak potensi Anda. Karena, bisa jadi, sangat banyak potensi yang Anda miliki tanpa disadari yang belum berhasil digali.

Keempat, berani mengambil risiko. Daripada Anda menyerah pada rasa takut, lebih baik Anda belajar mengambil risiko yang masuk akal dari setiap tantangan yang Anda hadapi. Cobalah menerima tantangan, kendati terasa menakutkan atau menciutkan hati. Carilah dukungan sebanyak mungkin agar Anda selalu bersemangat. Kalau hasilnya tak sesuai dengan keinginan, bisa jadi itulyang terbaik menurut Allah. Jika gagal, maka niatnya saja sudah menjadi amal. Orang gagal adalah orang yang tidak pernah berani mencoba.

Kelima, menolak saran negatif. Tidak semua orang di sekitar Anda bisa memberikan dorongan, dukungan, dan bersikap positif pada pribadi Anda. Malah sebagian orang yang ada di sekitar Anda mungkin selalu berpikiran negatif terhadap apa yang Anda lakukan. Hal ini yang seringkali menurunkan rasa percaya diri dengan selalu mempertanyakan kemampuan, pengalaman, dan aspirasi kita.

Karena itu, Anda perlu mencari lingkungan yang bisa memotivasi untuk sukses. Anda harus senang bergaul dengan orang-orang yang mempunyai kemampuan untuk bangkit. Bergaul dengan orang seperti itu akan berbeda dibandingkan bergaul dengan orang yang gagal. Bergaul dengan orang-orang yang percaya diri, akan menularkan semangat pada diri Anda.

Keenam, menjadikan keresahan sebagai kawan. Banyak peristiwa dalam hidup yang dapat membuat Anda mengalami rasa cemas atau gelisah, sehingga mengakibatkan krisis percaya diri. Anda harus mengingatkan diri bahwa rasa cemas dan gelisah merupakan kawan. Tingkatkan energi, tajamkan kecerdasan, tinggikan kewaspadaan, dan kembangkan pancaindera. Daripada menyiakan energi untuk kecemasan, lebih baik hadapi tantangan itu secara tegas dan efektif.

Sebagai orang hebat, Anda harus selalu memupuk kepercayaan diri agar selalu mengiringi setiap langkah yang Anda buat. Anda memiliki potensi yang sama dengan orang-orang hebat lainnya. Mereka bisa sukses, maka Anda pun juga mampu. Hanya saja, tergantung bagaimana cara Anda untuk memupuk kepercayaan diri bahwa Anda pun bisa menyamainya, atau bahkan lebih. **(Ilham/berbagai sumber)**

MENETAPKAN HARGA PRODUK

Berapakah harga jual barang atau jasa Anda kepada konsumen? Barangkali, Anda masih kesulitan untuk menentukan besaran nilai yang akan Anda bebankan. Memang, tidak mudah menyusun komposisi yang tepat. Karena, bisa jadi ketika Anda memutuskan melaunching harga produk, konsumen lantas menjauhi produk Anda. Atau, malah sebaliknya. Saat produk Anda tepat dengan keinginan konsumen, maka produk Anda pun akan digemari.

Menurut Philip Kotler, seorang pakar marketing, penetapan harga adalah suatu masalah jika perusahaan menetapkan harga untuk pertama kalinya. Hal ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh produk baru, ketika akan memperkenalkan produknya ke saluran distribusi baru atau daerah baru, dan saat akan melakukan penawaran atas suatu perjanjian kerja baru. Karena, produk tersebut akan mulai menjajaki sebuah pasar baru bagi konsumen yang sama sekali belum mengenal produk itu. Setiap perusahaan harus memutuskan di mana dia akan menempatkan produknya berdasarkan mutu dan harga

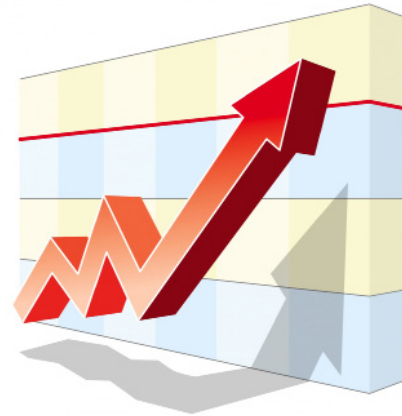
Menetapkan harga produk bisa ditinjau dari tiga aspek, yaitu penetapan harga berorientasi biaya, penetapan harga berorientasi permintaaan, dan penetapan harga berorientasi persaingan.

Dalam penetapan harga berorientasi biaya, harga produk ditetapkan berdasarkan biaya yang dikeluarkan. Dan, kebanyakan, perusahaan menerapkan cara ini. Komponen yang masuk di dalamnya mencakup semua biaya, termasuk pengalokasian biaya tambahan.Umumnya, nilainya selalu berubah dan dibuat berdasarkan perkiraan tingkat pelaksanaan. Biasanya, penetapan harga yang berorientasi biaya biasanya diterapkan untuk perdagangan eceran (bahan makanan, mebel, kerajinan, pakaian) dan pesanan yang biayanya sulit ditentukan sebelumnya –seperti pembuatan bangunan dan mesin yang khusus.

Hal yang perlu menjadi pedoman dalam penetapan harga yang berorientasi biaya adalah:

1. Persentase kenaikan harga berbanding terbalik dengan harga satuan. Yaitu, semakin rendah harga satuan, semakin tinggi persentase kenaikan harga. Misalnya, sebuah jaket yang semula seharga Rp 30 ribu dapat dijual dengan harga Rp 40 ribu. Sehingga, terjadi kenaikan harga sebesar 100 persen. Sementara itu, seperangkat furnitur yang harganya Rp 300 ribu, dapat dijual dengan harga Rp 450.000,00. Atau, kenaikan harganya relatif lebih rendah sebesar 50 %.

2. Tingkat kenaikan harga harus berbanding terbalik dengan harga penjualan. Yaitu, bila suatu produk semakin sering dibeli, maka kenaikan harga semakin kecil. Semakin sedikit produk tersebut dibeli, semakin tinggi kenaikan harganya. Misalnya, sabun mandi akan memiliki kenaikan harga yang lebih rendah dari peralatan elektronik seperti televisi.

Pada penetapan harga berorientasi permintaan, sangat memperhatikan faktor banyaknya permintaan. Apabila permintaan semakin banyak, maka harga yang dikenakan juga ikut tinggi. Namun, bila permintaan sedikit, maka harga yang dikenakan akan rendah, walaupun dalam kedua kasus di atas harga satuan yang berlaku mungkin sama. Harga dapat berbeda-beda berdasarkan konsumen. Harga yang lebih tinggi diberikan kepada pembeli yang tidak mempedulikan harga. Sedangkan, harga yang lebih rendah diberikan pada pembeli

"Pada saat Anda menetapkan harga jual, Anda sudah memperhitungkan balik modal untuk penyediaan satu unit produk, ditambah keuntungan yang Anda ingin dapat dari sebuah unit produk."

yang memperhatikan harga. Namun perlu diingat, penetapan harga dengan metode seperti ini dapat menghancurkan kepercayaan konsumen dalam jangka panjang.

Penetapan harga dengan berorientasi pada permintaan ini bisa dibedakan menjadi tiga, yaitu:

1. Harga dapat berbeda berdasarkan tempat. Contohnya, tempat duduk di stadion dan bangunan ruko yang disewakan.
2. Harga dapat berbeda-beda menurut waktu. Misalnya, produk musiman dan minuman.
3. Harga dapat berbeda-beda berdasarkan versi produk. Versi produk yang agak berbeda diberi harga yang berbeda, tetapi tidak sebanding dengan biaya marginal masing-masing. Misalnya, satu kotak susu pasteurisasi dengan harga kemasan seharga Rp 2.500,00 dapat dijual seharga Rp 5 ribu. Sedangkan, satu kotak susu pasteurisasi yang sama dengan harga kemasan Rp 1.500,00 dapat dijual dengan harga Rp 3 ribu.

Terakhir, penetapan harga yang berorientasi persaingan dilakukan bila harga sebagian besar ditentukan oleh keberadaan harga pesaing yang lain. Dalam hal ini, harga tidak perlu sama. Perusahaan dapat mempertahankan harga produknya lebih tinggi atau lebih rendah dari harga produk pesaing dalam batasan persentase tertentu. Jenis penetapan harga ini biasanya digunakan untuk menyaingi produk yang tidak berbeda, seperti beras, minyak goreng, tepung terigu, gula pasir dan lain-lain. Penetapan harga yang berorientasi persaingan juga dapat digunakan dalam penawaran kontrak.

Pada dasarnya, penetapan harga jual adalah proses penentuan apa yang akan diterima suatu perusahaan dalam penjualan produknya. Pada perusahaan-perusahaan kecil, harga biasanya ditetapkan oleh manajemen puncak, dan bukan oleh bagian pemasaran. Sedangkan, pada perusahaan-perusahaan besar, penetapan harga biasanya ditangani oleh manajer divisi dan lini produk. Bahkan, manajemen puncak juga menetapkan tujuan dan kebijakan umum penetapan harga, serta memberikan persetujuan atas usulan harga dari manajemen di bawahnya.

Dalam menetapkan harga jual, setidaknya harus dapat menutupi seluruh biaya yang termaktub pada sebuah produk, dengan ditambah nilai laba yang wajar. Jadi, pada saat Anda menetapkan harga jual, Anda sudah memperhitungkan balik modal untuk penyediaan satu unit produk, ditambah keuntungan yang Anda ingin dapat dari sebuah unit produk.

Penetapan harga memiliki fungsi yang sangat luas dalam program pemasaran. Menetapkan harga berarti bagaimana mempertautkan produk Anda dengan aspirasi sasaran pasar. Hal ini. Anda juga harus mempelajari kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen.

Bicara harga berarti mengulas tentang citra kualitas dan seberapa tinggi ekslusivitasnya. Tinggi rendahnya harga berpengaruh terhadap persepsi kualitas. Sehingga, ikut menentukan citra terhadap sebuah merek atau produk. Dalam persepsi konsumen, sering berlaku logika bahwa harga yang mahal berarti kualitas bagus. Sebaliknya, harga yang murah berarti kualitasnya kurang.

Pada tingkat tertentu, menetapkan harga berarti juga berbicara mengenai ekslusivitas. Walau harus mempertimbangkan berbagai faktor lain terkait, secara kasar dapat dikatakan bahwa makin tinggi harga yang ditetapkan secara relatif terhadap kompetitor, makin eksklusif pula konsumen sasarannya. Ibarat piramida, makin ke puncak makin kecil. Makin tinggi harga yang ditetapkan, makin sedikit konsumen yang disasar. **(Ilham/berbagai sumber)**

DEKATI PASAR ANDA DENGAN BLOG

Blog menjadi sebuah tren belakangan ini. Blog, yang dulunya dipakai sekadar menyampaikan uneg-uneg atau pemikiran pribadi, kini mengalami evolusi. Banyak perusahaan yang memanfaatkan blog sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada konsumennya, sekaligus mempromosikan berbagai produknya. Loyalitas konsumen bisa digarap dengan sebuah blog.

Memang beda penggarapan konten website resmi dengan blog. Sifat dari web resmi biasanya kaku dan menceritakan seluk beluk perusahaan secara umum, termasuk produk yang ditawarkan.

Bila Anda coba buka sebuah blog, maka akan didapati konten yang lebih mengalir. Artinya, isi dibuat dengan lebih santai dan tidak secara khusus membahas produk secara kaku. Tulisan pun banyak mengadopsi gaya tulisan feature yang memiliki "keawetan" untuk dibaca kapan pun. Seperti halnya sebuah media massa, blog yang digarap dengan serius akan mendatangkan pembaca setianya. Dengan pengemasan yang kreatif dan dinamis, blog yang Anda buat bisa menjadi sarana informatif untuk bisnis Anda, tanpa membuat mereka bosan berkunjung secara rutin.

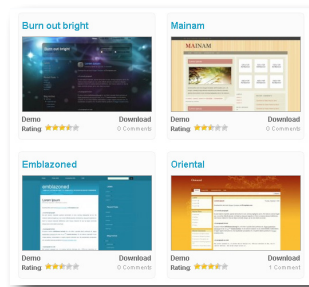
Media blog pertama kali dipopulerkan oleh Blogger.com, yang dimiliki oleh PyraLab. Kemudian, PyraLab diakuisi oleh Google pada akhir 2002 lalu. Semenjak itu, banyak aplikasi *opensource* yang diperuntukkan untuk perkembangan para penulis blog.

Blog atau weblog, mempunyai fungsi yang sangat beragam. Dari sebuah catatan harian, media publikasi dalam sebuah kampanye politik, sampai dengan program media dan perusahaan. Sebagian blog dipelihara oleh seorang penulis tunggal. Sementara sebagiannya oleh beberapa penulis.

Banyak blog yang memiliki fasilitas interaksi dengan para pengunjungnya, seperti memasang buku tamu dan kolom komentar. Para pengunjung diperkenankan meninggalkan komentar atas isi dari tulisan yang dipublikasikan. Inilah kesempatan yang bisa dimanfaatkan pebisnis untuk merangkul konsumennya.

Memasang promosi produk dengan gaya dan tampilan bak artikel sebenarnya bukan hal baru. Koran dan majalah juga sering disisipi artikel advertorial tentang sebuah perusahaan atau produk yang disusun oleh jasa periklanan secara serius. Termasuk di dalamnya, diisi artikel yang dibuat oleh penulis kawakan. Dengan adanya media baru seperti blog dan alat bantunya yang mudah dibangun dan terjangkau, kesempatan tampil seperti ini terbuka untuk semua usahawan, termasuk usahawan kecil.

Untuk mengisi blog, mulailah dengan pembahasan yang spesifik. Semua orang dapat menulis semua hal yang dapat dituliskan. Namun untuk keperluan ini, pilih materi yang dibahas hanya berkisar pada produk yang ditawarkan. Jika perlu, blog ditulis oleh beberapa orang dari dalam lingkungan usaha Anda.

Sedangkan dari sisi materi, selain murni opini penulisnya, gunakan rujukan dari media lain yang potensial. Jangan berlebihan dengan salin-tempel dari media lain. Karena, blog promosi Anda bukan kliping. Ambil secukupnya dan tambahi dengan ulasan atau komentar yang mewakili kepentingan usaha Anda. Khusus untuk pengutipan dari tempat lain, jangan lupa sebutkan sumbernya.

"Konten yang menarik tidak ada artinya tanpa didukung desain blog yang enak dipandang mata. Maka, sekalipun berbentuk blog, Anda harus menyusun tata letak dan desainnya secara profesional. Biasanya, ditandai dengan blok tegas dan menghindari bentuk fancy."

Sedapat mungkin, tunjukkan kalau Anda memang orang yang berpengetahuan tentang produk yang dijual, dan cukup seimbang dalam menonjolkan produk sendiri dan opini yang beredar di sekitar. Memaparkan produk dengan latar belakang pengetahuan tentang produk tersebut relatif lebih nyaman untuk diikuti. Beri kesempatan pengunjung blog Anda untuk berpikir secara bebas dengan memaparkan juga tulisan yang objektif tentang produk tersebut dan sekitarnya. Pandangan para ahli secara umum, berita-berita tren aktual, wacana tentang regulasi produk, adalah teladan yang dapat dijadikan selingan. Sehingga, pembaca tidak merasa hanya diberi iklan produk. Ajak mereka ikut berpikir dan "memahami" kondisi usaha Anda dari sudut pandang calon konsumen.

Pilih ungkapan baku (EYD) dalam berbahasa dan perhatikan hal teknis yang kecil. Seperti penggunaan tanda baca, pengaturan paragraf, penulisan tanggal dan jam yang tepat, sampai dengan cara penyebutan identitas personal. Jika Anda tidak dapat mengerjakan semua itu, ada baiknya mempertimbangkan menggunakan jasa orang lain yang mempunyai ilmu dalam tulis menulis dan jurnalistik.

Konten yang menarik tidak ada artinya tanpa didukung desain blog yang enak dipandang mata. Maka, sekalipun berbentuk blog, Anda harus menyusun tata letak dan desainnya secara profesional. Biasanya, ditandai dengan blok tegas dan menghindari bentuk *fancy*.

Bila Anda sudah memiliki blog yang siap untuk *launching*, maka ada beberapa cara untuk mempromosikan blog Anda. Misalnya sebagai berikut:

1. Mendaftarkan alamat blog ke mesin pencari (searh engine)

Cara yang paling praktis adalah dengan menggunakan *auto web submit*. Ada banyak layanan gratis yang menyediakan layanan untuk pendaftaran. Anda bisa mencarinya sendiri di search engine atau coba untuk jelajahi Google. Untuk memudahkan dalam mendaftar ke *search engine*, Anda menggunakan layanan *mypagerank*.

Layanan lain yang dikhususkan dalam pencarian blog di antaranya adalah Google blog *search* dan blogdigger. Kedua layanan ini merupakan pencari blog yang banyak digunakan saat ini. Hampir semua penyedia layanan blog mempunyai fasilitas pencarian dengan cara mengindeks link pada database mereka sendiri. Selain itu, Anda juga lebih diuntungkan apabila penyedia layanan blog tersebut mempunyai fasilitas ping. Karena, hal ini akan memudahkan Anda dalam mempromosikan blog yang telah dibuat.

2. Memberi komentar di blog lain

Seringlah berkunjung ke blog lain dan berilah komentar pada blog tersebut. Cara ini cukup akurat dalam mempromosikan blog Anda. Isikan komentar apapun yang positif pada blog orang lain. Isi buku tamu, *online chat*, atau *tagboard* jika disediakan. Berikan pujian apa adanya pada blog yang dikunjungi tapi jangan belebihan. Beri komentar yang berbobot sesuai dengan topik yang ada. Jangan melakukan spam. Misalnya menulis "kunjungi blog saya dong."

3. Bergabung dengan forum atau mailing list

Langkah ini akan membuat hubungan positif antar blogger. Cari forum yang sesuai dengan topik blog Anda. Beri komentar atau jawab semua persoalan yang ada di forum sesuai kemampuan Anda. Dan, jangan lakukan spam.

4. Publikasikan melalui email

Cara ini cukup efektif untuk mempublikasikan blog Anda. Misalnya, Anda dapat mengirim email ke teman, saudara, atau rekan bisnis. Cukup berikan keterangan alamat blog sebagai informasi lebih lanjut, tanpa harus melakukan paksaan untuk mengunjungi blog yang diinformasikan.

5. Bertukar link (banner exchange)

Cari blog yang sudah terkenal dan mempunyai ranking terbaik. Selain meninggalkan jejak dengan bertukar link atau banner, blog Anda terindeks oleh search engine. Saling bertukar link antar blogger tidak hanya membuat blog Anda dikenal. Tetapi, juga sebagai media pengingat alamat blog yang pernah dikunjungi. Jangan pernah punya perasaaan buruk, dendam, kesal, jika tidak di-link balik. Berpikir positif saja, barangkali saat ini pemilik blog sedang sibuk atau lupa.

6. Pasang iklan pada dunia nyata

Selain mempromosikan pada dunia maya, Anda juga bisa mempromosikan di dunia nyata. Barangkali terkesan aneh dan lucu. Memang, hal ini jarang dilakukan para blogger. Anda bisa mempromosikan blog di papan pengumuman, kantor, kampus, radio, atau media cetak **(Ilham/berbagai sumber)**

*Oleh: Sri Khurniatun, MM, RFA *)*
Managing Direktur Kurnia Consulting

PILIH BUKA USAHA SENDIRI ATAU WARALABA

Era entrepreneur alias kewirausahaan semakin tampak jelas dewasa ini. Terbukti, banyak orang yang ingin membuka usaha sendiri ketimbang kerja kantoran. Alasannya pun macam-macam. Mulai dari menjadi karyawan tidak akan memiliki kebebasan waktu, penghasilan yang terbatas, tidak bisa leluasa mengekspresikan ide, serta yang lain. Namun, ada juga orang yang ingin punya usaha sendiri, tetapi tidak kunjung terlaksana. Sebab, tidak memiliki ide bisnis apapun. Selain itu, pengalaman memulai usaha juga belum ada. Jika kasus ini terjadi pada Anda, bagaimana solusinya?

Barangkali mengambil waralaba itulah salah satu solusinya. Waralaba menawarkan kemudahan. Karena kita tidak akan repot-repot mempersiapkan seluk beluk operasional usaha. Semuanya sudah disiapkan oleh pihak pewaralaba atau pemilik waralaba (franchisor). Anda tinggal siapkan dana sesuai dengan standar budget dari pihak franchisor. Selanjutnya teknis pembukaan, pengelolaan, hingga promosi akan dibantu pihak franchisor. Sepintas memang kelihatan cukup mudah. Tetapi, apakah membuka waralaba akan lebih menguntungkan dibandingkan membuka usaha sendiri?

Beberapa waktu lalu, salah satu klien saya mengaku punya modal 10 juta dan berniat membuka usaha. Tetapi, bingung memutuskan apakah dia membuka usaha sendiri atau mengambil waralaba. Dia ragu bila membuka usaha sendiri. Terlebih masih dikategorikan coba-coba dan belum terbukti keberhasilannya. Sementara, jika dia ambil waralaba dia yakin potensi keberhasilannya lebih besar. Apalagi dia sudah melakukan survey dan yakin kalau usaha waralaba yang akan diambil potensinya besar. Lalu, bagaimana solusinya?

Bila Anda menghadapi kasus demikian, sebenarnya tidak usah bingung. Kunci keberhasilan seorang pebisnis sebenarnya ada dikeyakinan terhadap diri sendiri untuk berhasil. Bukan karena pihak pewaralaba dan faktor bisnis yang diambilnya. Sebagus apapun waralaba yang Anda ambil, tetapi jika Anda

Jadi, membuka usaha sendiri ataupun waralaba bukan hal yang harus dibenturkan. Jauh lebih efektif jika memiliki keduanya, meskipun mulai dari yang kecil. Usaha waralaba sebagai proses pembelajaran untuk mengenal sistem dan nantinya bisa dicontoh. Selain itu, tentunya kita mengharapkan cashflow atau pemasukan yang bagus.

mengabaikan manajemen atau pengawasan terhadap standar operasional, maka bisnis pun bisa tidak berjalan dengan baik. Itu mindset dari awal yang perlu ditanamkan sebelum membuka usaha.

Membuka usaha sendiri ataupun waralaba, masing-masing ada kelebihan dan kekurangannya. Dari segi keuangan, membuka usaha waralaba biasanya menyedot dana yang lebih besar. Karena, ada biaya waralaba (*franchise fee*) atas penggunaan nama dan sistem bisnis yang dimilikinya, serta biaya royalti (*royalty fee*) yang besarnya sekian persen dari omzet penjualan tiap bulan. Ini tentunya sulit dilakukan oleh orang yang memiliki modal terbatas. Untuk itu, bagi yang memiliki modal cukup dan mau membeli waralaba tetap perlu memperhatikan keuangan keluarga. Jangan sampai keuangan keluarga terganggu akibat membeli waralaba. Pastikan memiliki dana darurat minimal 6 bulan biaya hidup keluarga sebelum memutuskan berbisnis. Agar keuangan keluarga tidak terganggu. Selain itu, sebaiknya bila memiliki dana tidak sepenuhnya digunakan untuk membeli waralaba. Usahakan juga memiliki investasi lainnya, seperti produk keuangan, emas, ataupun membuka usaha konvensional. Ini untuk berbagi risiko dengan tidak menaruh telur dalam 1 keranjang.

Selain itu, lakukan riset untuk menggali informasi tentang waralaba yang akan diambil. Berapa total investasi awal yang diperlukan termasuk cadangan modal kerja untuk perputaran yang perlu disiapkan? Juga berapa lama waktu bisa balik modal serta berapa target penjualan bulanan atau tahunan untuk mempercepat balik modal? Di samping itu, tingkat kegagalan dari pembeli waralaba serta faktor penyebabnya juga layak kita ketahui agar bisa diantisipasi. Pastikan kita dapat informasi detil agar tidak terkesan seperti membeli kucing dalam karung.

Untuk mengantisipasi risiko, sebaiknya mulai dari membeli waralaba yang kecil. Jika kita memiliki modal Rp 10 juta, maka belilah waralaba kisaran harga 5 jutaan. Sedangkan sisa uang yang ada untuk cadangan modal kerja serta biaya yang tidak terduga yang bisa saja muncul.

Membeli waralaba juga memiliki kelemahan, yaitu tidak boleh berinovasi di luar dari sistem yang sudah ditentukan pihak franchisor. Jadi, kalau Anda yang ingin lebih bebas mengekpresikan ide-ide dalam membuka usaha dan tidak ada campur tangan pihak lain, sebaiknya pilihan membuka usaha sendiri jauh lebih tepat. Untuk itu, lebih pas lagi jika Anda juga membuka usaha konvensional yang Anda rintis sendiri di samping waralaba, sehingga Anda bisa membuat perbandingan di antara keduanya. Anda juga bisa belajar dari sistem yang digunakan pihak pewaralaba yang nantinya bisa diterapkan di usaha Anda. Dalam jangka panjang Anda harus memiliki target mewaralabakan usaha Anda sendiri. Karena, ini faktor kali yang bisa meningkatkan potensi penghasilan menjadi puluhan kali lipat dibanding usaha konvensional.

Jadi, membuka usaha sendiri ataupun waralaba bukan hal yang harus dibenturkan. Jauh lebih efektif jika memiliki keduanya, meskipun mulai dari yang kecil. Usaha waralaba sebagai proses pembelajaran untuk mengenal sistem dan nantinya bisa dicontoh. Selain itu, tentunya kita mengharapkan cashflow atau pemasukan yang bagus. Kemudian, usaha sendiri untuk proyek idealisme dan mengekspresikan ide lebih optimal, dan dalam jangka panjang bisa diwaralabakan agar mendatangkan faktor kali dari penghasilan kita. Demikian, selamat berbisnis dan semoga berkah, berlimpah dan bermanfaat bagi Anda maupun orang di sekitarnya. Amin.

***) Penulis adalah Managing Director Kurnia Consulting dan Penulis Buku Cerdas dan Cerdik Mengelola Uang**

SMS PREMIUM

BERSAING ANTARA KONTEN HALAL DAN HARAM

SMS atau short message service merupakan layanan komunikasi berbasis teks yang cukup digemari penggunaannya. Hanya dengan mengeluarkan pulsa kurang dari Rp 200,00–pesan dengan maksimal 160 karakter untuk satu sms—bisa diterima oleh pemilik ponsel dari berbagai operator. Persaingan tarif sms antar operator pun ramai digelar. Maklum, pendapatan operator telekomunikasi banyak yang masuk dari layanan ini.

Seiring dengan perkembangan *value added service* (VAS) dari operator yang ada, layanan sms mengalami metamorfosis. Jika sebelumnya hanya sebagai media penghubung ponsel dengan ponsel, sekarang marak digunakan untuk berjualan layanan oleh operator dan *content provider* (CP).

Munculah kemudian sebutan sms premium. Namanya juga premium, maka tarifnya pun juga tidak biasa. Satu kali sms premium, untuk saat ini, banyak yang mematok dengan harga Rp 2.000,00 per sms. Dan, perkembangan pemakai ponsel yang kian hari semakin tinggi, membuat keberadaan CP makin bertambah banyak.

Berdasarkan survei AC Nielsen Media Research Indonesia, dalam enam bulan pertama tahun 2008, belanja iklan aneka layanan sms premium naik sebesar 81% dibanding periode yang sama tahun 2007. AC Nielsen menghitung, belanja iklan ini layanan SMS di seluruh media pada semester pertama tahun 2008 mencapai Rp 556 miliar. Sementara itu,

belanja iklan yang sama pada semester I tahun 2007 nilainya Rp 307 miliar. Ada kenaikan Rp 249 miliar.

Walau sudah dimulai sejak awal 2000, namun bisnis SMS premium ini baru mulai booming sekitar tahun 2003. Pangsa pasarnya cukup besar. Pada 2010 ini, total pengguna ponsel akan berkisar pada angka 100 - 120 juta pelanggan. Angka penetrasi seluler sendiri di Indonesia baru 22% dari total populasi. Selain prospek keuntungan yang menggiurkan, secara teknis, membuat CP itu mudah.

Acara teve pun melirik potensi pendapatan menggiurkan dari SMS premium. Dalam sebuah acara hiburan di televisi, salah satu kontes adu bakat, adalah salah satu pionir yang sukses dengan SMS premium. Sebagai gambaran, pada final acara yang diusung oleh Indosiar ini, diperkirakan ada sekitar 2,5 juta SMS yang terkirim hanya dalam waktu tiga jam. Jika satu SMS dihargai Rp 2000,00 (di luar PPN), maka pendapatan kotor selama tiga jam itu ada 2,5 juta x Rp 2000,00 = Rp 5 miliar. Fantastis.

Dalam layanan SMS premium, minimal terdapat dua pihak yang berada di balik layar. *Pertama,* pihak vendor atau penyedia jasa operator seluler (misalnya Telkomsel, Indosat, XL, dan sebagainya). *Kedua* adalah *Content Provider* (CP). CP ini yang menyediakan dan bertanggung jawab terhadap seluruh muatan dan data yang dikirim via SMS ke pelanggan. Sementara itu, vendor tidak mengurusi soal isi sama sekali. Dia hanya bertanggung jawab dalam teknis pengiriman konten.

Secara umum, SMS premium memiliki dua karakteristik utama, yaitu SMS premium on demand dan SMS premium subscription (berlangganan). SMS premium On demand maksudnya setiap konsumen akan mendapatkan layanan setiap kali konsumen mengirimkan SMS kepada operator dan content provider. Layanan SMS premium on demand akan aktif saat konsumen mengirim setiap SMS-nya kepada sistem. Layanan SMS premium on demand umumnya digunakan untuk proses jajak pendapat, informasi umum, dan undian.

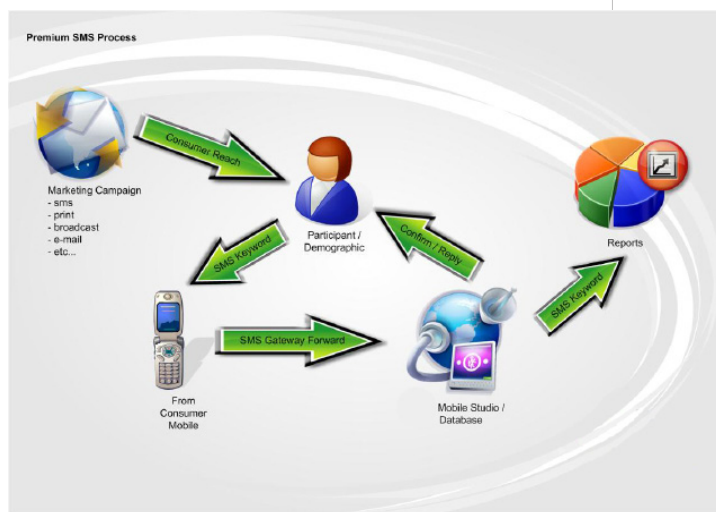
Sedangkan, SMS premium subscription adalah setiap konsumen harus mendaftarkan nomor kartu seluler pada sistem operator dan content provider dengan cara mengetik beberapa karakter kunci pendaftaran atau pembatalan. Seperti, REG, UNREG, ON, dan OFF.

SMS premium subscription ini yang sering disalahgunakan oleh oknum content provider yang nakal. Untuk berhenti berlangganan, ada perintah khusus yang harus diketikkan. Misalnya, "UNREG." Pada kenyataan, banyak proses UNREG yang gagal, atau lebih tepatnya digagalkan CP. Sehingga, CP tetap mengirimkan konten dan tentu saja pulsa konsumen akan terus berkurang tiap kali menerima SMS tersebut. Sedangkan, kalau urusan registrasi, CP akan senang hati meloloskannya.

Penipuan semacam ini masih berlangsung sampai sekarang. Masih banyak surat pembaca di media cetak yang mengeluhkan sulitnya keluar dari program SMS premium. Sementara itu, pulsa konsumen tetap terpotong setiap harinya.

Pada praktiknya, pemotongan pulsa atau tarif SMS premium dilakukan dengan dua cara, yaitu tarif *mobile originating* (MO) dan tarif mobile terminating (MT). Dalam skema tarif MO, biaya akan langsung dikenakan begitu konsumen mengirimkan SMS. Konsumen membayar di muka terhadap konten yang dikirim ke ponselnya. Baik itu balasan konten yang kita inginkan, maupun tidak.

Contoh sederhananya adalah kuis dalam kontes di TV, seperti pemilihan kontestan adu bakat tertentu dan sejenisnya. Keuntungannya, konsumen atau subscriber membayar sesuai dengan yang dinginkannya. Jika ingin memberikan lima suara untuk seorang kontestan, dia cukup mengirimkan lima SMS. Kerugiannya, jika dia tidak menerima balasan, semisal PIN atau info jadwal keberangkatan kereta, pulsa konsumen akan tetap di potong.

Pada model tarif mobile terminating (MT), tarif akan dikenakan begitu SMS balasan diterima di ponsel. Saat SMS Center (SMSC) operator mengirimkan data konten dari CP untuk subscribernya, dia mampu mendeteksi apakah SMS tersebut sudah diterima atau belum. Saat SMS sudah diterima subscriber, SMSC akan memberikan notifikasi ke SMS gateway untuk melakukan proses pentarifan atau *charging.*

Model ini lebih menguntungkan bagi *subscriber*. Karena, dia membayar konten yang diminta saja. Di sisi lain, model tarif ini banyak dipakai untuk konten yang sifatnya berlangganan. Dan, setiap kali menerima konten SMS, konsumen akan dikenakan biaya sebesar rupiah yang ditetapkan.

Pendapatan dari sms premium tidak sepenuhnya dinikmati oleh CP. Namun, vendor (operator seluler) dan mungkin pihak lain yang ikut bekerja sama, juga ikut menikmatinya. Secara sederhana, perhitungan bagi hasilnya adalah dari Rp 2000,00 itu, pihak vendor lebih dulu mengambil jatah sms umum. Misalnya, sebesar Rp 350,00. Sisanya, kemudian dibagi ke semua pihak yang saling bekerja sama. Biasanya, antara vendor dengan CP.

Konten berbahaya

Bisnis menggiurkan ini cukup diminati masyarakat. Apalagi, seringkali dalam mempromosikan layanan dibarengi promosi berhadiah. Misalnya, ketika ada pertandingan sepakbola, pihak CP dan televisi bekerjasama membuat kuis tebak skor dengan iming-iming hadiah Rp 1 juta bagi yang berhasil menjawabnya.

Jangkauan siar yang menasional ini tak ayal menjadi corong dalam menarik simpati masyarakat untuk mengajak mereka turut ikut kuis sms premium. Jika dalam sekali tayangan ada sejuta pemirsa yang mengikuti kuis sms dengan tarif Rp 2.000,00, maka omset per tayangan sebesar Rp 2 miliar. Maka, kalaupun memberikan hadiah Rp 1 juta bagi pemenang pun tidak bermasalah. Toh, keuntungan besar sudah di tangan.

Unsur perjudian ini begitu lekat dalam bisnis sms premium. Penggunaan unsur judi biasanya dipakai dalam kuis, lelang online yang cenderung tertutup, hingga pemilihan pemenang untuk kontes. Intinya, bagaimana caranya agar pengirim sms premium jumlahnya melimpah. Dan, bagi sebagian konsumen bahkan ada yang merelakan membeli banyak pulsa dan "beradu nasib" dengan memperbesar peluang mendapatkan hadiah dari sebuah layanan sms premium. Jika satu hari konsumen membuang pulsanya Rp 2000,00, maka sebulan minimal harus membeli pulsa Rp 60 ribu. Itu belum ditambah kebutuhan pulsa untuk kepentingan lain.

Ketidakjelasan atau *gharar*, juga lekat dengan layanan sms premium dengan tujuan mendapatkan sebuah materi. Misalnya, pada lelang yang memanfaatkan sms premium, tidak jelas objek transaksinya. Objek yang dilelang memang ada. Dan, ketika ada pemenang lelang, harga akhirnya bahkan begitu murahnya dibanding harga pasar. Padahal, kondisi barang tersebut baru. Ternyata, bagi penyelenggara lelang, fokus utamanya bukan pada penjualan barangnya, melainkan pada banyaknya transaksi penawaran saat lelang.

Bisa saja, harga satu ponsel I-Phone terjual dengan harga Rp 1,5 juta. Sedangkan, harga pasarnya masih di atas Rp 5 juta. Penyelenggara tidak rugi melepasnya dengan harga murah. Karena, semua biaya sudah bisa ditutup dari perolehan pendapatan sms premium. Penyelenggara justru mati-matian menggenjot perolehan pendapatan dari sms ini dibanding sekadar melelang barang. Dan, sistem lelang pun semua diatur oleh penyelenggara. Kecurangan sangat mungkin terjadi karena bersifat tertutup.

Hal lain yang mengkhawatirkan adalah jenis layanan sms premium yang mengarah pada pendangkalan akidah. Mulai marak saat ini, CP yang mengusung layanan sms perdukunan. Misalnya, sms yang isinya soal ramalan atau zodiak. Pilihan untuk layanan sms tentang hal tersebut banyak. Konsumen tinggal register dan setiap hari mendapatkan sms ramalan tentang dirinya. Apalagi, generasi muda Islam masih banyak yang tertarik dengan keterangan yang berhubungan dengan bintangnya (zodiak). Keresahan semacam ini wajib diwaspadai.

Namun, tidak selamanya sms premium ini disalahgunakan. Karena, banyak juga institusi yang memanfaatkannya untuk layanan umum dengan bekerja sama dengan CP. Misalnya, layanan sms infak, info perjalanan, info lalu lintas, dan sebagainya. Dan, ini justru membantu banyak orang yang membutuhkannya. Pekerjaan konsumen selanjutnya adalah harus pintar memilih layanan sms premium yang memang bermanfaat, tanpa meninggalkan unsur norma agama. **(Ilham/berbagai sumber)**

Maktabah Agency

Distributor

agen herbal & thibbun nabawi

Jln. Raya Cikarang Cibarusah Sukasari,Serang Baru - Bekasi
(Depan gerbang Perumahan Mega Regensi)
Toko Online : www.klik-herbal.com

PELUANG KEAGENAN SELURUH INDONESIA

Keuntungan :
Harga Bersaing
Dibuatkan Toko Online
(Jika memungkinkan)
Pangsa Pasar Terbuka lebar

Produk An-Nuur :

Madu Riau, Kaliandra, Mangga, Rambutan, Randu, Kids Bunayya,Kapsul Minyak Habbatussauda,Jahe Merah, Kapsul Jawara,Kapsul Niswati

POM.TR. 053 351 491

Kapsul Jawara
POM.TR.053351481

Tersedia pula Produk Herbal yang lain :
Basmallah Food, Al Ghuroba,Griya Herba, Al Manna, Tazakka Group, Griya Herba Food, Naturald, Amal Mulia Sejahtera, Nurusyi Syifa, Global Ihsan Medika, Sari Bunga Alam

Harga Bersaing

Produk Nature Herb

www.nature-herb.com

Walad Honey, Kids Honey, Madu X Stamina, Nigella Propolis, Madu Vit.C, S. Kurma Eldatier

Best Product Walad Honey

Komposisi : Honey,Datter, Nigella Satifa, Olive oil, Omega3, Centella Asiatica,Curcuma

Manfaat
Mencerdaskan Otak
Menjaga Stamina Anak
Menambah Nafsu Makan
Memulihkan demam dan panas tinggi
Memulihkan DBD
Membantu memulihkan Batuk,pilek, Radang tenggorokan
Membantumemulihkan Amandel
Membantu memulihkan Sariawan
Membantu menyembuhkan Asma,TBC,flek, kangker usus,Cacingan,sembelit

Keagenan : Abu Ahmad 021-977998836 / 08567343064 / 081388317680
No Rekening : BSM 0057133302 ,
Mandiri 1560003784875 an Ciptadi Romadoni
BCA 1451303304 an : Lilik Susanto

Produk Al Biruni (Distributor Utama)

Bonus agen : Spanduk / Banner,Brosur,Booklet

herba Bersih darah

herbabet

herba gurah jumbo

herba gurah pot

herba gurah regular

herbanabi

herbamaag

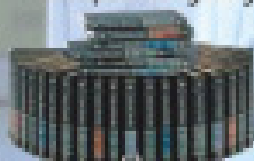
herba magh kecil

herbakolest

herbanisa'

herba gurah junior

Kitab Asli Bahasa Arab

Diimport langsung dari Arab Saudi & Mesir

Tafsir Ibnu Katsir, Riyadhus Sholihin, Fathul Baari, Shohih Bukhori, Shohih Muslim, Siroh Nabawiyah

BUKTIKAN HARGA KAMI !!

Agen Al Biruni Jabodetabek : Shofie Agency 081381511155 Griya Laa Tahzan 081311252043, Toko Habba 0817756468, Abu Sofiah 081319554087, Sunarno 085719534400, Khonsa Rumah Bekam & Herbal 085714837834, Cirebon : Toko Hikmah 081324682300, Maktabah Agency, Palembang : Roni Ridwan 0852845587812, Banjar Masin : Kurdiansyah 081351116160, Batam : Imam 081372164257, Makassar : Ruko Cordova 08164386910

SAAT BISNIS MASIH NGRECEH

Bagi pelaku bisnis yang masih pemula, seringkali menemui pasang surut transaksi. Apalagi, di kala masih mencari pelanggan, keuntungan belum memenuhi harapan seperti yang tertulis dalam rencana bisnis. Butuh perjuangan panjang untuk mewujudkan tujuan yang ditetapkan.

Pendapatan pun tidak luput dari yang namanya *ngreceh.* Istilah ini berasal dari kata "receh" yang berarti uang. Tambahan awalan ng- pada kata "receh" diambil dari kebiasaan berbahasa orang Jawa. Jika receh diubah menjadi *ngreceh,* maka kata ini memiliki padanan arti mengumpulkan uang sedikit demi sedikit. Benar sekali, bila Anda memaknai ngreceh ini dengan usaha yang dilakukan pebisnis pemula untuk membesarkan usahanya dengan bekal mengumpulkan modal sedikit demi sedikit, dari pendapatan yang perolehnya.

Harus disadari, bagi pebisnis pemula yang memiliki keterbatasan modal, maka *ngreceh* bisa menjadi alternatif solusi. Pebisnis tersebut harus "merelakan" keuntungannya untuk dipakai sebagai tambahan modal. Dia bersabar untuk tidak segera memanfaatkan laba usahanya, demi memenuhi kebutuhan hidupnya. Di sini, pebisnis melakukan aksi "keprihatinan" demi memperoleh hasil maksimal di kemudian hari yang berimplikasi pada kebaikan bisnis.

Ngreceh adalah sebuah aktivitas investasi. Dengan menahan pemakaian laba untuk kepentingan pribadi, maka modal Anda akan semakin bertambah. Bertambahnya modal ini bisa dimanfaatkan untuk memperbesar kapasitas produksi untuk bisnis yang bersifat manufaktur. Bagi Anda yang memiliki bisnis dagang, maka pertambahan modal bisa Anda gunakan untuk menambah stok persediaan barang. Begitu pula bagi Anda yang terjun di bidang jasa, tambahan modal bisa Anda manfaatkan untuk meningkatkan kualitas peralatan pendukung bisnis jasa Anda.

Tidak rugi saat Anda memutuskan menambah modal bisnis secara

"Ngreceh adalah salah satu langkah yang bisa Anda terapkan. Konsep ini memerlukan sikap keprihatinan untuk "menunda" merasakan manfaat dari bisnis yang Anda jalankan."

bertahap, dengan cara *ngreceh. Toh*, pengorbanan Anda untuk menikmati hasil bisnis akan Anda rasakan di kemudian hari. Itu pun Anda rasakan ketika bisnis sudah menjajaki masa menuju kestabilan, atau malah sudah stabil. *Insyaallah.*

Pola *ngreceh* ini pernah dilakukan oleh Gunaris yang dulu sampai sekarang menjual alat GPS Garmin. Dia memiliki kemampuan membuat peta untuk disuntikkan ke dalam alat GPS tersebut. Awalnya dia tidak tertarik menjualnya, karena dia hanya sebatas melakukan injeksi peta ke alat GPS. Namun, ternyata banyak kawannya yang tertarik untuk membeli. Dan, akhirnya Gunaris turut menjualkan.

Kala itu, untuk mengirimkan pesanan GPS, dia rela untuk mengantarkan sendiri sampai ke tangan konsumen. Domisili Gunaris di Jakarta dan kebanyakan pembelinya saat itu juga dari provinsi DKI Jakarta. Karena belum punya alat transportasi, angkot pun menjadi pelarian. Bahkan, dia sampai pernah ganti angkot 10 kali untuk mengirimkan sebuah pesanan.

Laba yang diterimanya "cuma" Rp 100 ribu untuk tiap unit GPS. Nah, untuk menambah modal, Gunaris tidak lantas segera memanfaatkan labanya ini untuk hura-hura. Kebutuhan modal dicukupi dengan keuntungan penjualan yang minimalis itu. Berhubungan dengan perbankan juga enggan dilakukan Gunaris untuk menambah modalnya. "Saya menghindari riba," katanya.

Akhirnya, kini usaha Gunaris menjadi besar. Kalau Anda pernah menyambangi website www.otomasi.com, maka itulah lahan bisnis yang kini digarap Gunaris. Tidak hanya GPS, sekarang Gunaris sudah menjual berbagai macam alat elektronik. Omsetnya kini sudah bisa menjadikannya seorang *muzakki* atau pembayar zakat.

Selain menambah modal dengan bertahap mengumpulkannya dari laba, hal lain yang perlu Anda perhatikan adalah tetap memperhatikan berbagai aspek dalam bisnis. Karena, modal bukanlah segalanya. Modal baru bisa memberikan nilai bagi Anda ketika posisinya mamiliki pengaruh untuk melakukan penggandaan modal dalam bentuk keuntungan. Maka, Anda pun harus tetap meng-upgrade atau meningkatkan kapabilitas Anda dalam menekuni bidang usaha yang Anda jalan.

Ada seorang teman yang kini sukses meniti usaha dengan sebuah tempat pijat profesional. Bahkan, usahanya telah diwaralabakan dan tersebar pada banyak tempat di negeri ini. Dia membawa konsep pijat seitei dari Jepang. Untuk melakukan terapi atau pengobatan, pasien tidak perlu sampai membuka baju. Beda dengan pijat urut yang sering kita temui.

Dalam mendapatkan ilmu tersebut, dia belajar langsung di Jepang. Kebetulan, saat itu dia mengikuti istrinya yang meneruskan studi di negeri sakura itu. Untuk bisa mendapatkan ilmu itu, dia mendapatkan gemblengan mental dari sang guru. Disuruh menyapu, mengepel, dan berbagai aktivitas fisik lain. Pernah dia hampir menyerah karena merasa tidak diseriusi niatnya belajar. Tapi, dia memutuskan untuk tetap bertahan.

Seusai menempuh pendidikan memijat, dia pun pulang. Sang guru memberikan semacam kontrak sosial, yang isinya harus mengamalkan ilmu seitei tersebut saat menginjakkan kaki di Indonesia. Pernah kontrak tersebut hampir ditinggalkannya saat menyentuh tanah air. Hanya saja, panggilan moral mengajaknya kembali untuk menjadi pemijat profesional. Kelamaan, dia merasa senang bisa turut membantu mengobati orang lain.

Pasang surut bisnis dialaminya, termasuk mengalami penipuan. Orang tuanya juga sempat tidak merestui. Tapi, dia tetap teguh dengan pendiriannya. Di awal buka usaha, sepi sekali konsumen. Apalagi, modal terbatas. Setelah beberapa waktu melakukan promosi, perlahan mulai didatangi konsumen. Dan, itu berlangsung hingga sekarang.

Untuk bisa stabil, penambahan modal dilakukan dengan mengumpulkan dari keuntungan. Alhasil, kini bisnisnya berhasil. Dia melakukan jalan *ngreceh* ini dengan keyakinan bahwa bisnisnya akan menjadi besar. Dan, dengan melakukan perbaikan kualitas diri demi kebaikan bisnis ternyata memberikan manfaat besar.

Bagi Anda yang merasa masih bermodal kecil, tidak perlu surut langkah. Ada banyak cara yang bisa dilakukan untuk menambah modal Anda dan menjadikannya besar. *Ngreceh* adalah salah satu langkah yang bisa Anda terapkan. Konsep ini memerlukan sikap keprihatinan untuk "menunda" merasakan manfaat dari bisnis yang Anda jalankan. Sikap mental yang baik juga perlu Anda tanam agar kuat menghadapi rintangan dan tantangan. Satu lagi, jangan pernah mencukupkan diri dengan kemampuan yang Anda miliki sekarang ini. Teruslah meningkatkan kemampuan Anda agar dapat menumbuhkan nilai tambah bagi Anda dan bisnis Anda. **(Ilham/berbagai sunber)**

BERIKLAN DENGAN EMAIL

Strategi marketing mulai bergeser –meski tidak secara total—sejak memasuki era internet. Dulu, promosi mungkin hanya bisa dengan suara di radio. Lalu, muncullah iklan suara dan tervisual melalui televisi. Namun, kemasan yang disajikan untuk pelanggan, haruslah berawal dari pergeseran perilaku pelanggan. Dan, bukan dari kemampuan modal dan investasi kecanggihan teknologi pemilik perusahaan saja.

Email belum disadari oleh pelaku bisnis sebagai media efektif untuk mempertajam lini komunikasi bisnisnya. Keberadaannya masih dianggap sebagai alat pasif. Dari sudut pandang bisnis, ini sebuah kekeliruan.

Setidaknya, ada lima alasan memanfaatkan email marketing sebagai standar strategi bisnis:

1. Perilaku masyarakat

Dengan teknologi yang terus berkembang saat ini, terjadi perubahan perilaku dalam masyarakat secara drastis. Misalnya, dahulu ketika membuka email harus di warnet atau kantor. Sekarang, membaca email bisa dilakukan dimana pun melalui hape, PDA, Blackberry, atau IPhone. Sehingga, email menjadi media informasi yang riil dibanding lewat pos.

Dulu, pegawai kantoran atau pengusaha, begitu datang ke tempat kerja langsung baca koran dan sebagainya. Kini, banyak yang memulai hari kerja dengan memanfaatkan internet untuk mengecek berita, cek saldo internet banking, email, facebook, dan lain-lain. Termasuk, bertransaksi transfer dana dan beli pulsa pun dengan internet. Artinya, internet menjadi bagian dari perilaku. Satu email bisa untuk mewakili beberapa kepentingan kerja. Kenapa Anda tidak menggunakan email secara rutin? Asal tidak spamming, boleh saja.

2. Murah dan merata

Dengan memanfaatkan email, maka kemudahan akan Anda dapatkan. Sekali kirim, bisa puluhan atau ratusan pelanggan yang menerima email tersebut secara realtime. Murah, karena untuk mengirim ke banyak pelanggan, biaya tidak tergantung jumlah yang dikirim layaknya SMS. Merata, karena dengan email, maka semua lapisan bisa menerima email dengan bentuk dan informasi yang sama di mana pun berada. Selama dalam jangkauan internet, sampai pelosok pun bisa terbaca email Anda.

3. Responsif

Saat ada reaksi –baik itu oder, pertanyaan, dan penolakan— lebih mudah diketahui dan diantisipasi dengan cepat. Hal ini tentu memudahkan untuk membuat perencanaan selanjutnya dalam aspek bisnis.

4. Media yang komplet dan multi dimensi

Email dapat diisi dengan berbagai bentuk sajian. Mulai dari teks, gambar, movie, animasi, dan link. Walaupun, semua itu tergantung pada sistem pendukung dari penerima email. Email juga menjadi sarana yang mampu menerima dan mengirim media dengan volume besar, lebar, dan berlapis-lapis. Bahkan, koran online pun mampu disajikan lewat email.

5. Media marketing dan informasi sepanjang masa

Email mampu disimpan dengan waktu tak terbatas, bergantung pada kemauan pengguna dan penyedia email. Hal ini menguntungkan. Karena, mungkin pelanggan belum membutuhkan informasi produk itu sekarang. Bila sewaktu-waktu informasi tersebut diperlukan, pengguna masih bisa membuka kembali informasi melalui email. Berbeda dengan brosur atau pun leaflet yang secara fisik mempunyai keterbatasan tersimpan dengan baik. Informasi dari email juga dapat dipindahkan ke flashdisk, CD, atau hardisk. **(Ipan)**

MENYUSUN WEB BISNIS YANG PROSPEKTIF

Marketing di era Informasi ini sedang bergerak untuk dapat menjangkau kepada masyarakat dengan cepat dan realtime. Maksudnya, marketing menggunakan media yang memudahkan komunikasi antara pelanggan, produsen dan agen secara cepat.

Untuk itu, pentingnya mendesain website yang mampu membangun reputasi secara persuasif. Artinya, website tidak hanya menggambarkan deskripsi usaha semata. Lebih dari itu, website juga harus mampu membujuk dan mempengaruhi pembacanya.

Unsur website yang dapat menarik minat dan persuasif antara lain:

1. Navigasi yang mudah dijangkau dan dicerna dalam hitungan detik. Website dengan menu dan navigasi yang jelas, teratur, dan standar akan lebih membuat nyaman. Pengunjung web dengan mudah dapat mengupas semua informasi dengan mudah dan cepat. Untuk membangun menu navigasi yang efektif, bangunlah menu dengan susunan teratur dan jangan terlalu diperumit dengan hiasan gambar atau warna yang terlalu ramai dan silau. Menu yang digunakan juga standar. Misalnya, about us, profil, contact, testimoni, dan buku tamu. Menu tersebut adalah standar minimal.

2. Website bisnis atau usaha seharusnya mampu menjawab atas pertanyaan dari pelanggan. Sehingga, pemilik/perencana web harusnya mampu memprediksi informasi yang paling dibutuhkan. Misalnya, dengan melihat dan membandingkan dari web yang populer dan ternama. Ambil contoh toko online http://www.bhinneka.com atau http://www.glodokshop.com. Dari web itu disebutkan mulai dari produk, detil spesifikasi, manfaat/benefit, cara mengirim, biaya pengiriman, garansi atau jaminan, dan sebagainya. Informasi mungkin bisa dibangun dengan model FAQ. Sehingga, berbagai pertanyaan umum tidak harus ditanyakan ke *customer service* via email atau telepon terlebih dahulu.

3. Website bisnis dengan strategi marketing yang rapi tentu menempatkan area kontak di web dengan posisi yang mudah dilihat dan dijangkau. Jadi tidak harus kirim email dahulu atau harus mengisi form dulu untuk bertanya-tanya. Standar minimal antara lain email penjualan, email manajemen, email keuangan/billing, atau sms dan nomor telepon konfirmasi yang benar-benar dapat diandalkan. Sekali lagi, posisikan dengan tepat di web. Alangkah baiknya diletakkan di bagian *header web.*

4. Website yang hebat tidak harus dari ahli program yang hebat pula. Ada kekuatan lain, yaitu gaya bahasa penyajian. *Pertama,* jangan menggunakan bahasa yang rumit atau menimbulkan intepretasi terlalu tinggi. *Kedua,* bahasa yang digunakan adalah ejaan standar dan bukan bahasa prokem. *Ketiga,* tulisan dan redaksional harus mampu menggugah reaksi. Misalnya, dapatkan diskon 20% sampai dua hari ke depan. Bisa juga Anda menulis tentang stok terbatas, barang berkualitas yang langka, stok terbaru, stok terakhir, khusus bagi anggota milis, dan sebagainya.

5. Website selain sebagai media marketing, juga harus memberi manfaat yang jelas. Web mesti dijauhkan dari unsur persepsi pribadi, buku diari, atau ungkapan perasaaan. Lebih baik Anda isi dengan artikel atau tips trik ringan. Atau, lebih tinggi lagi, dengan mencantumkan cara penggunaan, pengalaman pengguna, strategi pembelian, dan penggunaan yang efektif. **(Ipan)**

*Ipan Pranashakti KIP adalah praktisi bisnis dan marketing. Direktur Visimaster Web Mediatama. Owner dari Virtual Consulting www.ipan.web.id. Dapat dihubungi di email: ipan@visimaster.com

SUKSES DENGAN BERWIRASWASTA

Bertolak dari data dan fakta tentang terus bertambahnya angka pengangguran, literatur ini hadir ke hadapan pembaca. Betapa pengangguran menjadi problematika sosial yang di tiap tahunnya semakin membawa masalah. Penyediaan lapangan kerja yang sempit, kompetisi yang kian super ketat plus pola fikir yang terlalu 'mendewakan' status pegawai negeri sipil (PNS) sebagai profesi prestesius, semakin mempersempit peluang. Padahal, kesempatan bekerja tersebar dibanyak sektor. Dan perdagangan adalah pintu masuk bagi mengalirnya rezeki-rezeki Allah.

Bisa dikatakan buku setebal 132 halaman ini berisi 'propaganda' sekaligus sentuhan motivasi bagi para pembaca untuk fokus pada satu sikap. Wiraswasta. Diyakini, dengan wiraswasta potensi untuk mendapatkan kebebasan finansial akan lebih tinggi. Pun demikian untuk mencapai hal tersebut bukanlah persoalan mudah. Tetap ada syarat yang mesti Anda miliki. Penulis mengungkapkan, di samping niat dan kemauan, calon pengusaha atau entrepreneur wajib membekali dirinya dengan intelektual, sosial dan moral, mental dan material.

Menariknya lagi, buku ini juga menyentil soal tak ada jaminan seseorang memiliki ijasah sarjana akan mendapatkan pekerjaan yang diidamkan. Pola fikir dan mental mencari pekerjaan pun dinilai kurang tepat. Mestinya, menciptakan atau membuka lapangan pekerjaan. Jika hal itu terwujud, angka pengangguran dan kemiskinan dirasa akan berkurang. Penulis juga menyoroti tentang persepsi keliru tentang wiraswasta itu sendiri. Betapa masih banyak orang menilai berwiraswasta adalah pekerjaan yang rendah, memiliki penghasilan yang tidak stabil, serta yang lain. Kesan inilah yang ingin penulis luruskan menjadi suatu persepsi yang tepat.

Sebelum mimpi Anda memiliki perusahaan sendiri, wajib bagi Anda melengkapi diri dengan ilmu tentang perusahaan dan unsur-unsurnya. Termasuk juga tentang bentuk-bentuk perusahaan berikut plus minusnya. Praktis, ini sangat membantu Anda jika kelak obsesi Anda memiliki perusahaan besar terwujud.

Ketika modal sudah dalam genggaman, kini tiba saatnya Anda memulai usaha atau berwiraswasta. Dengan penggunaan bahasa yang gampang dimengerti, dalam buku ini Anda bisa menemukan langkah awal dalam memulai usaha. Layaknya menuju pendakian, buku inilah yang menjadi 'peta'. Menuntun Anda mendaki pegunungan yang jauh sebelumnya tak pernah Anda kenal. Sebab, ada sisipan tips dan strategi menuju sukses berwiraswasta.

Tak menarik rasanya jika mimpi besar Anda untuk menjadi pengusaha tanpa membaca jejak rekam para pengusaha yang telah mereguk sukses. *Nah*, buku ini pun menyuguhkan kisah para pengusaha sukses --baik pengusaha nasional maupun internasional. Sekiranya Anda telah memutuskan diri untuk terjun di dunia bisnis, berwiraswasta, tak rugi jika melengkapi bekal diri dengan buku ini. Tentu bukan sekadar dibaca, tapi dipraktikkan ilmu yang ada di dalamnya. **(Herbayu)**

Judul : Kalo Gak Mau Kaya Jangan Berwiraswasta
Penulis : Handri Raharjo, S.H.
Penerbit : Cakrawala, Yogyakarta
Cetakan : Pertama, 2009
Tebal : 132 halaman

IDE BISNIS

Ide-ide bisnis sebenarnya ada di mana saja, asal kita bersungguh-sungguh mencarinya. Saya punya kesukaan pergi ke toko buku untuk mencari ide baru atau inspirasi dalam menjalankan bisnis saya. Toko buku favorit saya adalah Gramedia Depok. Selain besar, banyak buku baru yang sampul plastiknya sudah terbuka. Sehingga, saya bisa leluasa membaca isi dalamnya.

Kebetulan saya orang IT, sehingga rak pertama yang saya kunjungi selalu majalah dan buku IT. Dunia IT sangat beragam, mulai dari urusan *service hardware*,training IT, pembuatan software, sampai dunia desain grafis 2D/3D. Begitu pula, isi buku IT sangat beragam sehingga banyak memunculkan ide dan inspirasi baru yang muncul dari situ. Bahkan, seringkali isi buku mendahului kenyataan yang ada di Indonesia. Bagi saya, cukup mengherankan bila banyak lulusan IT yang masih menganggur dan tidak bisa bekerja.

Sebagai contoh, saat ini sedang *booming* facebook. Banyak *mobile device* (ponsel dan *smartphone*) yang didesain memiliki layar lebar, sehingga dapat mengakses *web mobile* facebook dengan lebih baik. Mengapa kita tidak mencoba membuat *web mobile* untuk toko online kita?Sebenarnya tidak terlalu sulit untuk membuatnya. Kalau perlu, kita bisa desain semacam *plugin web mobile* untuk joomla, wordpress, e-commerce, zen-cart, dan sebagainya.

Ada lagi, tentang webcam yang dimanfaatkan untuk pengamanan rumah secara jarak jauh. Mengapa tidak kita coba kembangkan dan jual? Banyak software, bahkan website, yang menyediakan fasilitas ini. Sehingga, kita bisa menjual dalam hal instalasinya yang sebenarnya tidak terlalu sulit.

Ada juga ide tentang pemanfaatan model jaringan *thin-client.* Dalam jaringan ini tidak dibutuhkan sama sekali CPU untuk setiap klien di suatu jaringan. Tetapi, digantikan dengan yang namanya *pc-terminal.* Bentuknya box sebesar *switch/hub* yang fungsinya menghubungkan klien dengan server. Model jaringan ini jelas sangat menghemat anggaran. Karena, selain harga box *pc-terminal* yang cuma seperempat dari harga CPU, kita juga tidak terbebani dengan biaya lisensi software yang harus dipasang di setiap komputer.

Software *operating system* (OS), semacam windows, cukup diinstal di server. Semua klien memanfaatkan semua sumber (*resource*) yang ada di server. Sangat mengurangi biaya bukan?! Mengapa ini tidak coba kita tawarkan ke orang yang membutuhkan jaringan?

Sebenarnya, banyak ide yang bisa kita gali. Bahkan, ide yang sederhana sekalipun mestinya bisa kita manfaatkan dan tawarkan. Asalkan, kita tahu cara memanfaatkan dan menjualnya. Teruslah belajar dan selalu belajar hal-hal baru. Dan, buka pikiran untuk menerima sesuatu yang lain. *Insyaallah* bisa membantu kita mendapatkan ide dan inspirasi bisnis. Semoga membantu.

Salam,

M. Syamsul Arifin

www.software89.com

Rubrik ini berisi informasi dari mailing list (milis) Komunitas Pengusaha Muslim Indonesia yang beralamat di: http://finance.groups.yahoo.com/group/pengusaha-muslim. Anda bisa bergabung di milis dengan mengirimkan email kosong ke: pengusaha-muslim-subscribe@yahoogroups.com.

Bagi Anda yang ingin menawarkan atau memperjualbelikan produk barang maupun jasa, silakan manfaatkan rubrik ini dengan cukup membayar Rp. 100.000,- sekali pemuatan. Kirimkan naskah iklan Anda ke: *redaksi@majalah.pengusahamuslim.com* dengan jumlah karakter tulisan maksimal 280.

Jasa Layanan Komputer

Jadikan satu CPU Anda agar bisa digunakan untuk banyak monitor. (Sekolah-LPK/Kursus-Rental-Warnet-Kantor-Rumah). Jasa Web Desain, Jasa Duplikasi CD. Sedia Soft SMS Center untuk Bisnis-Sekolah-Pilkada, Soft Maktabah Al Kubro. Hubungi Hanung No. HP: 085 229 166 665. www.isykarimacenter.com.

Arba Grafika Spesialis Setting Arabic

Bingung mau setting arab dan cetak murah dengan kualitas standar? Kami siap membantu Anda dalam urusan cetak mencetak: buku, majalh, brosur, undangan pernikahan, kalender, poster, dll. Hub: Abi Taufik, Jl. KH. Samanhudi 110, Laweyan, Solo, Jawa Tengah. Telp. 0271-7908844, 0818 02554963

Gugun Design (Tukang Desain Cover Buku + Majalah)

Melayani pembuatan cover buku dari penerbit dan majalah Islam. Tarif per cover 500 ribu dengan dua alternatif. Cover buku dari beberapa penerbit yang kami bikin, best seller! Informasi hubungi: Gugun Design 0818 258 753

Terima Order Beras Organik

Anda ingin mengkonsumsi beras yang tidak mengandung unsur kimia buatan alias beras organik? Jangan khawatir. Kami mampu menyediakan untuk Anda. Silakan hubungi: Sri Redjeki, Hp. 081 548 325 423.

Jasa Editing Naskah Buku (fiksi dan nonfiksi)

Anda membutuhkan jasa pengeditan naskah buku (fiksi dan nonfiksi)? Kami siap membantu Anda. Dengan harga jasa kompetitif dan kualitas editing yang seperti Anda inginkan. Hubungi: Ragil. No. HP. 081 548 632 342. diandraheraka@gmail.com

Liden (Kota Solo dalam Kaos)

Kaos menjadi identitas pemakainya dan mencerminkan suasana pemiliknya. Liden, memberikan pilihan desain yang menggambarkan kota Solo dalam sebuah karya seni yang unik. Toko Liden, Jl. Glatik No. 9 Gremet, Manahan, Solo Tlp. 0819 047 09 229, 0271-8039035

Jasa Jurnalistik

Anda kesulitan menyusun kata? Kami menyediakan jasa pembuatan isi/materi untuk buletin, tabloid/majalah komunitas, advertorial, press release, profil usaha, brosur, dan sebagainya. Hubungi: Ilham Choirul. HP: 0856 294 60 46. YM/email: ilhamchoir@yahoo.com.

Gudangnya GPS Garmin

Kami menyediakan perangkat Global Positioning System (GPS) Garmin untuk berbagai keperluan Anda. GPS ini telah dilengkapi dengan peta yang memudahkan navigasi. Info lengkap, silakam klik www.otomasi.com.

Peraga Cerdas & Mainan Edukasi

Kereta Pintar, Puzzle IQ, Komputer Anak, Mainan Edukasi, Kit Sekolah, CD ba-lis-tung untuk SD-Kuliah, Hrg ribuan, Modal Kecil, cari agen se-Indonesia. www.peragacerdas.com. Hubungi: Muhammad (0819 847 289)

Graha Mandiri

Ingin memiliki rumah sesuai idaman dengan harga yang terjangkau? Graha Mndiri memberi solusi. Miliki segera rumah dengan tipe 30/80 di wilayah Plawar RT 16, Saren Kalijambe, Sragen, Jawa Tengah. Dengan harga per unit 60 juta. Hunian nyaman, bebas banjir, asri dan spesifikasi lebih lainnya. Anda berminat? Hub. Syaiful Arifin, Hp. 0857 251 10 508

Mesin Cuci Hemat Energi

PT Sharp Electronics Indonesia (SEID) meluncurkan serangkaian mesin cuci tipe baru Twin-Tub Super Aquamagic. Fitur-fitur unggulan dihadirkan pada mesin cuci Sharp ini. Misalnya, fitur *Double Pulsator* yang menjadikan mode pencucian berputar balik secara otomatis (*hand rubbing*) untuk proses mencuci lebih kuat tanpa merusak serat pakaian. Sebagai penyempurna pencucian, mesin cuci ini dilengkapi dengan Silvermagic Protection on Pulsator (proteksi Ag+ion) yang melindungi pakaian dari bakteri dan jamur.

Sharp melengkapi mesin cuci ini dengan fitur *Indonesian Control Panel* – pada tipe ES-T75/65E-H, AS-T65/75FL-H dan ES-T65/75CL-H—yang memudahkan pengguna mengoperasikan mesin cuci dengan panel berbahasa Indonesia. Hal ini sebagai upaya untuk menghindari kesalahan pemakaian dan meminimalisasi kerusakan."Fitur ini kami sesuaikan dengan kebutuhan konsumen Indonesia yang sangat variatif dan majemuk'', kata Meilianti, Product Manager Washing Machine PT SEID, dalam rilisnya.

Fitur *Low Wattage System* membantu pengguna untuk menghemat listrik. Dengan menggunakan teknologi *Planet Gear* akan menghasilkan tenaga yang kuat dengan konsumsi listrik yang rendah. Mesin cuci dua tabung terbaru ini hanya mengkonsumsi listrik sebesar 177 watt untuk tipe ES-T60LL-G dan 199 watt – 255 watt untuk tipe ES-T65/75/86/96CL-H dan ES-T65/75/86/96FL-H.

Untuk tipe ES-T86/96CA-B, ditambahkan fitur *Aerodry System* untuk sistem pengeringan udara. Sehingga, menghasilkan pengeringan yang maksimal pada pakaian. Fitur ini dibenamkan untuk menghadapi cuaca Indonesia yang semakin tidak menentu.

Mesin cuci twin-tub Super Aquamagic dibanderol dengan kisaran harga Rp 1,35 juta – Rp 1,8 juta. Desain bodi berupa kabinet plastik yang mampu mencegah korosi dan antikarat. SEID menargetkan bisa merebut 30% dari total pasar mesin cuci di Indonesia, dengan target penjualan 305.000 unit di tahun 2010. **(Ilham/Sharp)**

Perekam Berkualitas Stereo

Sony Indonesia meluncurkan perekam yang ringan dan berukuran kecil, dengan nama PCM Recorder Linear PCM-M10. PCM-M10 menawarkan kemampuan merekam 96kHz/24-bit recording yang mampu merekam kualitas musik dan penampilan *live* yang dinamis dan kaya. Perekam ini tersedia dalam warna hitam dan putih dengan tampilan mengkilat, untuk versi konsumen umum. Sedangkan, untuk versi konsumen profesional, yaitu PCM-M10P, tersedia dalam warna hitam dengan layar lebar.

PCM-M10 menghasilkan kualitas merekam layaknya di studio dengan kualitas audio stereo. Bisa digunakan untuk *podcasts*, wawancara penting, dan rapat. Juga, mampu merekam audio 24-bit dengan tingkat 96kHz dari berbagai arah. *Omni directional electret condenser stereo microphones* yang ada pada perekam, menghasilkan audio stereo dengan nada alami sesuai dengan pengaturan mikrofon. Mikrofon ini secara efektif mengurangi suara angin dan menangkap karakteristik datar, meskipun dipakai untuk frekuensi audio yang rendah. Selain itu, pengeras suara *built-in* yang ada, memungkinkan suara diputar kembali dengan jelas dan mudah.

PCM-M10 mampu merekam CD berkualitas selama 6 jam, karena dibekali memori *flash built-in* sebesar 4GB. Bila ditambahkan memori eksternal, bahkan bisa merekam secara terus menerus hingga 31 jam, tergantung besaran memori yang digunakan. PCM-M10 didukung *slot* MicroSD/Memory Stick Micro M2™. Selain merekam, pengguna juga dapat menggunakan fasilitas pada PCM-M10 untuk merekam dari alat *external line-level* atau mikrofon saat dibutuhkan.

Perangkat ini mudah dibawa dan ringan. Perekam ini dioperasikan dengan menggunakan dua baterai AA Alkaline yang dapat bertahan hingga 46 jam. Dilengkapi pula dengan pengatur jarak jauh. Pengguna juga dapat mengontrol fungsi utama perekam ini dari jarak jauh,tanpa ada gangguan suara bising. Sony PCM-M10 dapat merekam dalam format MP3 dengan tiga tingkat bit yang berbeda. Mengunduh dan *uploading* format wav atau MP3 dapat dengan mudah dilakukan melalui *port* USB, sehingga pengguna dapat langsung menarik dan memasukkan file yang telah terekam tanpa kesulitan untuk mengubah format audio. **(Ilham/Sony)**

Menelisik Bisnis Utak-Atik Memori

Bermasalah dengan komputer memang menjengkelkan. Apalagi, ketika sibuk menggunakannya untuk mengerjakan tugas yang segunung banyaknya. Serangan virus seringkali menjadi salah satu faktor penyebab. Pasalnya, virus tersebut sebagian besar merusak data yang ada di memori komputer. Data pun tidak terlihat lagi di layar. Jangan takut, Anda bisa meminta bantuan kepada ahli recovery data. Data Anda barangkali bisa diselamatkan dengan keahliannya. Bukan karena virus saja, ahli recovery data bisa pula membantu Anda dalam permasalahan data lainnya. Apa saja itu? Simak ulasannya di Majalah Pengusaha Muslim edisi Mei 2010.

Prospek Bisnis Sekolah Islami

Dunia pendidikan memang selalu menarik diperbincangkan. Karena melalui pendidikanlah proses pembentukan generasi berkualitas bertumpu. Tidak heran bila pemerintah selalu meningkatkan standar bagi tiap lulusan. Sementara, bagi lembaga atau institusi pendidikan fakta tersebut kian memacu mereka untuk menggenjot prestasi peserta didiknya. Akhirya, mereka pun ikut meningkatkan standar kualitas kelulusan dengan menambah kurikulum tambahan di luar kurikulum dari pemerintah. Ujungnya, tampak sekali kompetisi di antara mereka kian ketat. Kompetisi tersebut juga dirasakan oleh lembaga atau institusi pendidikan yang berbasis religi (Islam). Semisal, SDIT, SMPIT serta yang lain. Pada satu sisi, kehadiran sekolah berbasis religi ini penting untuk membendung arus sekulerisme. Sayangnya, untuk memasukkan anak di sekolah tersebut semakin mahal. Tampaknya, aspek bisnis pun menjadi sesuatu yang tak terelakkan. Kenyataan inilah yang akan kita telisik lebih dalam. Antara kepentingan bisnis, kebutuhan pendidikan berbasis religi dan tantangan pendidikan ke depan. Terutama melawan arus sekulerisme. Plus bagaimana seharusnya pola pendidikan yang tepat untuk dijalankan. Simak ulasannya hanya di Majalah Pengusaha Muslim edisi Mei 2010.

Majalah **PENGUSAHA MUSLIM**

Hubungi: 0271 2195330

Untuk berlangganan 6 bulan: Rp 120.000,- (Jawa) / Rp 150.000,- (Luar Jawa)
Untuk berlangganan 12 bulan: Rp 240.000,- (Jawa) / Rp 300.000,- (LuarJawa)

Transfer ke rekening BCA No. 015 209 1271 a.n. Haris Wahyu Jatmiko

Gratis Ongkos Kirim

Agen Majalah Pengusaha Muslim

Balikpapan: Kios Herbal Basmalah(0542 7045 028), Al-Wahida Herbal Center(0542 758 1313, 0812 5389 9666), VIKOM(0542 715 8077, 0813 4662 7029), **Bandung:** Azzy Agency(0815 6253 053,022 200 5632), Mahabbah Agency(0812 2314 007, 022 522 8276), Faizal Anwar(022 5406 353, 0819 1053 4496), Aria Rangga (022 2514 639, 0856 5911 2388), **Banjarmasin:** Kios Mawaddah(0511 725 7255, 0878 1534 5567), **Banyumas:** Purbalingga Agen(0816 900 212), **Batam:** Abu Abdirrahman/ Radio Hang FM(0778 7816 106), **Bekasi:** Ramadhan AGC(021 7021 1350), JUHDI(021 6881 4824, 0852 8582 0010), **Binjai:** FUAD(0618 820 423, 0813 7563 6087), **Bogor:** Tk. Buku dan Herbal Bogor Islamy(0251 217 5060, 0818 176 848), TB. Syifa Agency (081380614005) , Irwin Juliandi(0251 8394 416, 0812 1070 817), **Bontang:** CV. Multi Agro Nusantara(0548 3032 554, 0811 553 383), **Cepu:** SNComputer(029 642 3945, 029 6510 9344), **Cilegon:** Achmad Bahauddin(0254 395 502, 0852 1618 4303), Rahmat Cell(0254 9253906, 0812 8498 041), **Cirebon:** Toko Reefanne(0231 339 5139), CV. Sonindo Gemilang(0231 8512020, 08112410569), **Denpasar:** Rosnawan Harsetio (0361 2078 504), **Depok:** Ari Kurniawan(0811 811 6272), Untung Winarno(021 7794 222, 0838 800 1323), **Gorontalo:** Abu Najihah(0852 9841 1014), **Gowa:** Muh. Taufik Agc/ Sekolah Pengusaha Muslim(0411 821 1390), **Gresik:** Hijaz-Abatez" Bookstore(031-70833677), **Jakarta Barat:** Tarsono(0813 1008 7028), **Jakarta Pusat:** wstic-iiftihar (021 3926714, 08176677510), **Jakarta Timur:** Husni(021 8660 2671, 0812 8843 4830), Salma Agency(021 7079 5643), **Jakarta Selatan:** Syafingi Azhari(021 7239 904, 0856 9121 6141), **Karanganyar:** Nur Sidiq(0852 9325 2533), **Karawang:** Ridho Agency(0852 1698 4508), Az Zahra Agc(0813 9877 8766), Dimas Priagung Agency (0267 8458379, 081917252888), **Lasem:** Hadziq Shalih(0813 9013 9765), **Lombok Timur:** Abu Hurairah(0819 9773 8399), Magelang: TB. Budi Mulya(0293 587 970, 0856 266 4389), **Majalengka:** Rossenda(023 366 1988, 0852 9577 7738), **Makassar:** Drh. Ilsan Arvan Nurgas(0411 481 1784, 0811 444 842), Madani(0411 856 177, 0411 830161), Spirit(0411 299 6434, 0812 4111 3330), Darul Ilmi Agency(0411 2850 563, 0852 5543 8550) **Medan:** Muh. Nashir(0815 3317 0746), **Merauke:** Arman(0852 3006 2107), **Palembang:** Jepy(0711 4247 434, 0852 7374 6333), **Pekanbaru:** Toko Ghaida(0812 7618 602), Ponorogo: Ammar (0352 486116, 081234180023), **Pontianak:** Sehat S(0813 4517 5492), **Purbalingga:** Afiati Agency Purbalingga(0281 578 2706, 0857 2627 0607), **Purwakarta:** An Najah AGC(0812 976 4361), **Purwokerto:** SHS Agency(0281 622 485, 0813 2706 1999), **Salatiga:** Ahmad Zainuddin(0812 2922 962, 0856 4111 9490), **Samarinda:** Syarif Hidayatullah(0541-201633, 0812 5368 8101), Wachyu Hadidtia(0541-272093, 0856 4658 9491), **Semarang:** Zufar AGC(0881 295 9644, 0813 2539 3411), **Serang:** Bambang Setiaji(0254 7042 650, 0254 911 3761), **Sidoarjo:** Quantum Bhimasakti Ardygroup(031 8532 861, 0816 503 077), Islamuna Agency(031 8532221, 0857 8040 7774), **Solo:** Aziz AGC(0818 0457 2692), Multi Media Servitama(0271 726 003, 0888 296 7080, 08562993571), **Sragen:** Iwan Setiawan(0271 2170992), Sukabumi: Kios Al-Fath(0266 6542 837, 08131 742 3791), **Sukoharjo:** Muh. Juwari(0271 5863 149), Toko Buku Barokah(0881 2968 219), Sriyono (0271 621507), **Sumbawa Barat:** Amiruddin(0817 575 9591), **Surabaya:** Maktabar Abu Faiz(0857 3145 6594, 031 9150 7193), Alina Agency(031 7021 2380, 0813 2945 3799), Pustaka Sahabat (031 5030 289, 0813 5792 0572), **Tangerang:** Bilhaq Publishing(021 7044 9090, 0816 1166 005), Ikhlas_syifa(0856 9756 5852), **Tanjung Redeb:** Berau Makmur(0554 202 7650, 0812 581 4172), **Tasikmalaya:** Abu Salman(0811 565 910), Ibnu Agency(0265 2353273, 081 5621 0831), **Timika:** Madina Kencana Agency (0901 301 446, 0813 1325 1907), **Yogyakarta:** Zukhruf Media (0274 6534093, 6671863, 085743766444), Sukses Mulia(0274 6811 987, 0859 5952 5805), Sarana Hidayah(0857 2240 0011), Geo Business Center(0274 301 7186, 0856 2875 412).

TERIMA KASIH ATAS KEPERCAYAANNYA
ALHAMDULILLAH SUDAH TERJUAL

200.000 BOTOL

KEMASAN BARU HARGA TETAP

- Membersihkan lemak dan racun-racun dalam lambung dan usus
- Menghilangkan gelambir pada perut (cocok untuk Ibu-ibu sehabis melahirkan, minimal)
- Turun 1 - 3 kg dalam seminggu dengan berolah raga lebih baik
- Tidak berbahaya bagi jantung
- Mengecilkan perut BUNCIT
- Bisa juga dikonsumsi laki-laki, terutama laki-laki yang sudah menikah yang pada umumnya perutnya buncit-buncit
- Tidak menjadikan loyo/lemas
- Efek positif : Menurunkan kolesterol & Asam Urat

RATU LANGSING

Formula Pelangsing Tercepat & Aman

Untuk hasil optimal penggunaan Ratu Langsing :

- Jangan makan sebelum tidur.
- STOP makan camilan olahan ganti camilan yg direbus
- Makan buah utuh lebih baik daripada jus buah
- Perbanyak minum air putih
- Kurangi makan nasi.
- Hindari makan pedas & minum air dingin.

Tanpa Pijat & operasi
Menghilangkan benjolan-benjolan
di dalam & diluar sekitar dubur
menghentikan pendarahan
mengatasi anus yang keluar
0,5 cm - 3 cm secara alami

ANDA MEMPUNYAI KASUS AMBEIEN BERTAHUN-TAHUN!!!

AMBEXTRA Solusinya

DAPAT DIPEROLEH

Jakarta-Tangerang Abdullah Arfan 70075517/08159067318, JAKPUS Toko Buku Walisongo Senen 021-3154890, Cipulir-Safrul 02171848694, Sudirman-Fahrul 081514178117, JAKTIM Toko Buku Itishom 021-4702083, Al-Falah BENHIL 021-5744717, Kalideres Farid 08158148794, UHAMKA LIMAU JKT-Ujang 085227044558, AGC Halim JKT-Khoulah Agency 02170273951, Cempaka Putih Arman 0219398759, Cempaka Mas Taufik 021-93799424, Sukabumi-Ibu Yuyun 081310268489 Bpk. Latif 02667025362, Cengkareng-Ust. Sholeh 02154392742, Bekasi Haifa Collection 081314814184, Cikampek Anas Agency 085284202718, Rumah Herbal Ad-Dawa' 085218984538, Ubaidillah M 08131144043, Tambun-Bekasi Timur Abu Shofiyah 08138113493, Karawang Zainal 081398718766, Parung Bogor Abu Najib 021-98772290, Bogor Al-Amin 0251-378442; TK. Raden Saleh 0856888930 Puncak Bogor Ust Rudi Baswir 08176376796; Cianjur Bp.Aziz 085862406707; Cikarang TB Abu Yusuf 08138219618; Cibitung Senko Herbal 081310052410; Bandung H. Nur Arifin 08122164186; Jogja Abu Handzolah 081392814407; Cirebon Nia Rochani Kania 08122096166; Tegal Ust. Ajat 081316384791; Surabaya Imam Wahyudi 081803002530 H. Arifin 031-5350989, Toko Hana 0313526937; Bpk Badi 0317661364 Sidoarjo Tk ABC 0317881966/087852581954,Tk Jati Sport 03172367553, Pamekasan Anas 08180311359, Tuban Abdurrahman 081318560648 Krian Aminuddin 031T1350764 Kediri Lukman 085233688408; Mojokerto Hammam 0321-7187648; Batu Dani 0341-590589; Jember Sudiono 0331-335956; Probolinggo Eva L.F 08883650160; Tulungagung TK Mudah 0355-324458 Bali Ibu Ismun 0361-T25797/08123894863, Kios Herbal MAZIEHA AGENCY - Denpasar Luthfie Abu Niebrass 08174150088/03617471177 Aceh TokoKainRoniRocatex- Lhokseumawe 081276T83173Fauzan 081321228817; Riau Emil Zola 07617768379, Umi Hanif 0765-92219; Tanjung Pinang-Kepri Rudi Salim 08526422556; Pekan Baru Nasraddin A.Ag 081378459393, Mahmuddin 07617768379, Batu Raja SUMSEL Edi Chandra 081929492021, Luwuk Khairil Anwar 085214859008; Manado Eko Monangin 085240148969; Tarakan-KALTIM TK Madinah Pustaka 08125491931; Paser Suryawan 085247202724 Makasar TK Zamzam 085856308198; Pinang-Bangka Izzat 08192986523; Palembang TK Didi Hasan A.S. 0711-311447, 7390094; Barabai Nazir 085248055839, TB Atta 08125128744; Balikpapan TB Hanif Sentral Media 0542-7133508; Lombok Tengah Syamsul Hadi 081805221290; Palu Ahmad Arsyad 085241226833, Abd Rahim 081341361119; Muara Teweh Az Zahra Collection 05192781787, Pangkalpinang Aulia Herbal Center 0717421179, Merauke Arman 085238062107; Purwokerto Rumah Herbal Ad-Dawa' 081806783697; Kapuas Sadar 081352179697; Pontianak Diera Agency 0561-743493; Pangkalan Bun Counter Jl. Cell 085249678965; Singkawang H. Sukarmi 0562-636780; Tabalong-Kalsel Toko Obat Ikhtiar 085296587383; Sumbawa Toko Jamu Sehat Bugar 08175754971; Wonosobo Abu 'aisyah GM. Bilqis 081328863767; Ambon Bpk. Usman 085243314818; Batam Elvi Surina 081270310686; Polewali Mandar-SULBAR Sahri 081390880495; Tasikmalaya Green Herbal Natural 08161843750; Padang UM Mardhatillah 0751-39046;Lotim (NTB) Sriwijaya/Lili 081915762080; Pemalang Harits 081931814948;Lampung Bpk Fajar 081369371371; Samarinda Bpk Mustafa 081350595968;Kutai Umma Zaidan 081346320366;Subang Rokib Efendi 081322173434; Medan Abdulrahim081370331659Kal-Paser Suryawan 085247202724 SALAMAAGENCY GRUP, 081310427849,Depok IHC 08161485544Boyolali Al-Hikmah 085258181246,Andalusia Pekanbaru 07617662525, Andalusia Palembang 07717746222 Andalusia Batam 0778T380414, TPI Riau Ibu Maryana 08163646848, 081364539927, Jambang Hamman Agency 03217187648; Pinang Tabrani Asy-Syifa 085255299985